



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

COMUNICACIÓN POLÍTICA
EN LA ASISTENCIA SOCIAL:
Programa diseñado por el área de Comunicación
Social para el DIF Chicoloapan, período 2003 – 2006

T E S I S

Para obtener el Título de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Que presenta:

Mario Fernando García Hernández

Asesora: María Esther Navarro Lara

México, D.F

2007





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**Infórmense, aprendan a leer, a escribir y hablar para
que puedan defenderse; que nadie los engañe;
lean el periódico, aprovechen los libros,
escuchen las noticias.**

Pedro García Palma.

Me hubiera gustado mucho poderle decir a mi padre en persona que hice lo mejor por seguir su consejo, en esta su frase que me ha acompañado y me acompañará siempre, pues sigo aprendiendo.

Esta tesis no será el único trabajo académico que lograré, sin embargo, es un agradecimiento que ofrezco a mi familia por muchas cosas, entre las más importantes porque esta primera formación profesional ha sido producto de un trabajo y esfuerzo en equipo.

Mi admiración a *Pedro García Palma* y *Ma. Reyes Hernández Aguilar*, mis padres, por su visión. Siempre imaginaron que la academia haría de sus hijos, hombres y mujeres buenos. Pensaron que la educación sería para ellos la oportunidad de progresar para lograr un mejor futuro, afortunadamente no se equivocaron. Soy producto de esa visión y no me alcanzará la vida para agradecerlo.

A mi hermano, el *Ingeniero Alberto García Hernández* por haber sido la base ejemplar académica para mí. Me dio, sin saberlo, mucha confianza, orgullo y una enorme satisfacción que permitió entusiasmarme con la idea de avanzar niveles educativos superiores, siguiendo su camino. Su ejemplo para sobreponerse a situaciones de la vida sumamente difíciles ha valido la pena.

A mi hermana, la *Licenciada Diana García Hernández* y a mi cuñado, el *Licenciado Juan Rosiles* porque de ellos aprendí que la paciencia, dedicación y constancia son claves para el éxito a largo plazo. Tardé seis años para entrar a la licenciatura que deseaba, en lugar de desesperarme, simplemente seguí su ejemplo.

A mi otra hermana, la *Licenciada Marisol García Hernández* por el sustento. Yo no hubiera podido llegar a estos niveles si mi hermana no hubiese estado ahí

para cubrir gastos, igual que mi hermano, de un hogar en el que crecí con limitaciones, pero que muchas veces no las sentí por el trabajo y esfuerzo de ambos. Gracias a ellos tuve que trabajar únicamente para mi estudio.

Adriana y Andrés, al sumarse a este equipo le han dado una importante estabilidad a mis hermanos y por efecto, a todos nosotros, bienvenidos.

Quiero agradecerle también, aunque se perciba egocéntrico o risible, a mi *yo interno* porque siempre me ha inyectado las ganas de seguir adelante y ver las cosas de la forma más positiva, pero sobre todo por empujarme a buscar lo que verdaderamente me gusta hacer a través de la fe.

Por supuesto a mi amada UNAM, por medio de la *Facultad de Ciencias Políticas y Sociales* ha hecho de mí un ser humano completamente distinto. Diré siempre que me siento *unamita* antes que *mexicano*, porque gracias a la UNAM sé lo que es mi nacionalidad, mi país, mi familia, mi vecino; me ha dado un sentimiento de pertenencia y una visión, ha hecho menos nublada la misión que debo cumplir.

Agradecerle a un sólo profesor@, a cuatro o seis, me parece injusto porque mi tesis también es producto del conocimiento transmitido por todos los maestros y doctores que tuve durante cuatro años. A quien me asesoró, revisó y evaluó, mi admiración y respeto porque también se evalúan a sí mismos. Gracias al cuerpo docente de mi Facultad, a mi asesora Maria Esther Navarro Lara y Porfirio Toledo por sus atinadas observaciones.

Finalmente desearía que algún día *Braulio, Edgardo, Mara, Emiliano* y mis sobrinos que todavía no nacen, encuentren en esta tesis la inspiración o el ejemplo del nivel superior que deben alcanzar por su bien, pero especialmente, por quienes hacen de nosotros, lo que somos.

**Si lo que hiciste ayer te parece grandioso,
no has hecho nada hoy.**

Lou Holtz

ÍNDICE

	P.
INTRODUCCIÓN.....	6
I. ASISTENCIA SOCIAL	9
I.1 Antecedentes históricos.....	10
I.2 Surgimiento del DIF	21
I.3 DIF Chicoloapan	24
I.4 Propuesta de Modificación en la estructura del DIF Chicoloapan para la Administración 2003-2006	31
II. PROPUESTAS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN	43
II.1 Políticas Públicas de Comunicación.....	44
II.2 Prospectiva para el DIF Chicoloapan.....	59
II.3 Planeación Estratégica de la Comunicación.....	70
III. PROGRAMA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL DIF CHICOLOAPAN.	86
III. I Acciones de Comunicación Social en DIF Chicoloapan. Ago 2003 – Ago 2006. Eventos de impacto. Mensajes y acciones de Comunicación Política. Gestión de proyectos asistenciales. Toma de decisiones. Ejercicio del Poder. Encuestas. Publicidad. Órgano Informativo.	87
IV.- COMENTARIOS DEL AUTOR SOBRE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA	161

CONCLUSIONES.....	168
BIBLIOGRAFÍA.....	173
PÁGINAS ELECTRÓNICAS	174
ENTREVISTAS.....	174
LEGISLACIÓN.....	175
HEMEROGRAFÍA.....	175

INTRODUCCIÒN

Comunicación Política en la asistencia social es un trabajo que representa un caso teórico – práctico sobre un programa de comunicación impulsado desde la Coordinación de Comunicación Social para el Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) en el municipio de Chicoloapan, Estado de México durante el período administrativo que va desde agosto de 2003 hasta agosto de 2006.

En este trabajo se propone la tesis de que *al sumar un programa de comunicación política a una institución como DIF Chicoloapan, después de reestructurarse para profesionalizar el servicio público y resolver demandas asistenciales de los ciudadanos, se pueden lograr como efectos, un cambio de percepción favorable hacia la imagen del organismo y un posicionamiento político de su presidenta (e).*

El objetivo principal será demostrar cómo una política pública de información e imagen, a través de una planeación estratégica de la comunicación institucional, provocó un cambio de percepción positivo entre la población hacia los servicios asistenciales del DIF municipal generando como efecto, el fortalecimiento de la imagen de su presidenta que a mediano plazo se convirtió, sin buscarlo, en una opción política de gobierno.

La comunicación política, será definida por el autor de este trabajo, como el instrumento que el poder ha constituido para expresarse y llevar a la acción el proceso comunicativo que en ella se produce, retroalimentándose, con el fin de transitar en el ambiente social y potenciarse en el espacio público.

Por asistencia social se entenderá *el conjunto de acciones tendientes a modificar las circunstancias de carácter social que impidan al individuo su desarrollo integral, así como la protección física, mental y social de personas en estado de*

desprotección o desventaja física y mental, hasta lograr su incorporación a una vida plena y productiva, de acuerdo con la Ley sobre el Sistema Nacional de Asistencia Social.

El CAPÍTULO I presenta un panorama histórico de la asistencia social y del surgimiento de instituciones que han permitido la creación de un sistema nacional para el Desarrollo Integral de la Familia que ayuda a los sectores vulnerables de la población hasta constituirse como una oportunidad de acercamiento humanista del político hacia la población.

Estos sectores vulnerables son los menores en situación de abandono, desamparo, desnutrición o sujetos de maltrato, menores infractores, alcohólicos o fármaco dependientes y de los individuos en condición de vagancia, mujeres en período de gestación o lactancia, ancianos en desamparo, discapacidad, marginación, indigentes, familiares que han sido abandonados y dependan económicamente de aquellos que se encuentran detenidos por causas penales, habitantes del medio rural o urbano que estén marginados y de las personas afectadas por desastres, etc.

Se ofrece una síntesis de los programas asistenciales que han predominado durante los últimos 10 años en el DIF Chicoloapan así como la propuesta que presentó Ernestina Galicia de Hernández al presidente municipal de Chicoloapan, en la que el autor de esta tesis también participó, que impulsa una modificación estructural del organismo para fortalecer el servicio público y resolver eficazmente demandas institucionales.

En el CAPÍTULO II se brindan tres propuestas que pueden fortalecer el objetivo de nuestra tesis. *Primero*, el conocimiento sobre *políticas públicas de comunicación* que de forma teórica pretende dar una idea de la relación gobierno – gobernados pues resulta fundamental si queremos dinamizar la comunicación entre ambos.

Segundo, para impulsar un cambio de percepción favorable entre la comunidad hacia la institución y/o de la persona que dirija un DIF municipal, se

bosqueja una propuesta de *prospectiva institucional*. ¿Qué acciones debemos tomar para que el futuro deseado sea posible? ¿Qué tipo de técnicas debemos usar para lograrlo: cualitativas o cuantitativas? ¿Cuáles serían nuestros escenarios? ¿Qué ideas tenemos para impulsar una prospectiva?

Tercero, se proporcionan *modelos de planeación estratégica de la comunicación* que pueden aplicarse en el DIF según los intereses de quien lo represente. Se incorpora un valioso ejemplo práctico diseñado por el coordinador de comunicación social del DIF en mayo de 2005 en función de un trabajo de comunicación iniciado en agosto de 2003. El lector podrá criticar, evaluar y mejorar esta propuesta de planeación.

El CAPÍTULO III es un caso completamente práctico de comunicación política identificada, planeada, desarrollada, evaluada por Mario Fernando García Hernández, autor de esta tesis cuando fue coordinador de Comunicación Social del DIF Chicoloapan período 2003-2006 y ejecutada por la presidenta de la institución, Ernestina Galicia Pérez.

Se crearon títulos representativos con fechas correspondientes de las actividades de comunicación en el período 2003 - 2006 y descripciones claves para entender el entramado de las relaciones de poder entre sus protagonistas que desembocaron en confrontaciones importantes.

Finalmente el autor anexa un breve análisis sobre lo que para él es la comunicación política para dar pie a lo que serían las conclusiones de su experiencia como jefe de Comunicación Social del Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Famita en Chicoloapan, Estado de México.

I. ASISTENCIA SOCIAL

El tema de los servicios asistenciales y de salud específicamente, ha sido ampliamente estudiado por varios investigadores. En este capítulo se sintetizan los rasgos representativos del surgimiento, la presencia y evolución de estos servicios en las distintas etapas históricas de México, desde la época prehispánica hasta tiempos contemporáneos.

La transformación de la asistencia social hasta nuestro días, ha tenido un proceso evolutivo constante hasta lograr consolidar sistemas institucionales que han servido para distribuir, establecer, desarrollar, evaluar, organizar, operar, entre otras funciones más, programas que han permitido mejorar la salud de muchos mexicanos en condiciones lamentablemente vulnerables en todos los aspectos sociales.

Llegaremos hasta el surgimiento de una institución representativa nacional de los servicios médico – asistenciales: El Sistema Nacional Para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) y sus niveles estatales y municipales. Finalmente se analizará la estructura básica de un sistema municipal como el DIF Chicoloapan así como una propuesta en la apertura de programas, previa modificación de su organización, para lograr impactos sociales de relevancia con el objetivo de profesionalizar el servicio público.

I.I Antecedentes Históricos.

Período Prehispánico

Desde la época prehispánica en México, la sociedad azteca se conformaba del *tlatoani* o rey, sus súbditos, sacerdotes y guerreros a los cuales pertenecía el derecho de controlar los órganos de gobierno así como de las distintas actividades productivas. Del otro lado estaban los artesanos, maceguales y campesinos, quienes entregaban un tributo a la clase en el poder después de trabajar las tierras para el consumo familiar.

La clase en el poder distribuía el excedente económico principalmente en obras públicas, en gastos ceremoniales religiosos y militares. Ante esta situación “el monarca tenía el deber moral, principio de su cultura, de ayudar a los necesitados”¹.

Contaban con un complejo sistema tributario en el que toda la sociedad participaba con el fin de incrementar el abasto de los enormes almacenes reales. Este pago se entregaba en especie o cumpliendo determinados trabajos. La presencia de estos almacenes nos habla de una cultura de prevención y beneficencia, pues *se esperaba también del rey que en caso de hambre y escasez abriera sus almacenes para alimentar a la población en general*.

La asistencia en salud estaba representada por centros de salubridad para personas desahuciadas, lugares para niños en orfandad localizados en Cholula, Tlaxcala, Texcoco y Tenochtitlán.

También se edificaron lugares de descanso para aquéllos guerreros que habían sobrevivido a la guerra y a la enfermedad, logrando que sus años últimos de vida estuviera llena de honores y de gran respeto, porque en la sociedad azteca, los ancianos desempeñaban un papel fundamental en la vida familiar y política.

¹ Soberón, Guillermo, et. Al. (comp), La Salud en México: testimonios 1988, Tomo III, Vol 2, p.2

En materia de salud, la asistencia era otorgada por la clase gobernante, sin embargo, los conocimientos en medicina eran aplicados además de los sacerdotes, por gente común a través de curaciones por medio de las plantas pues “la prestación de servicios de salud a los necesitados no era proporcionada sólo por el gobierno o grupo civil”².

La sociedad azteca era educada en un sentido de apoyo entre unos y otros, es decir, cada quien sabía sus obligaciones las cuales beneficiaban a todos y se cumplían cabalmente. La madre cuidaba de los hijos inculcando en ellos valores con alto sentido social y religioso. El padre “tenía la obligación de guardar agua limpia y pura en tinajas también limpias, y en lugar fresco y puro en honor del dios Yxtlilton. Si algún niño enfermaba le daban de beber de esa agua y sanaba.”³

Las acciones de asistencia social “que tenían su origen en el sentir popular se legitimaban principalmente en su práctica generalizada y común, lo que no significa que el gobierno no participara en dichos actos, sino que éstos se ubicaban dentro de la concepción mítico religiosa de toda la sociedad”.⁴

En esta época la asistencia social se entendía como “... las acciones de un individuo, grupos sociales o del gobierno que tienen el propósito de satisfacer estados de necesidad o desprotección física o social; así como las disposiciones mediante las cuales se otorgan concesiones, regalías y servicios personales para el buen funcionamiento de la estructura social.”⁵

La asistencia social en la comunidad azteca se caracterizaba por el cuidado de las personas mayores, de otorgar servicios de salud, cuidar a niños en la orfandad y de un profundo respeto a la vida o muerte de los seres, sin embargo poco se sabe sobre el maltrato a la mujeres, atención a personas con alguna discapacidad, presencia de algún tipo de adicción, abandono de hogar o violación de

² Ibidem, p. 16

³ Alvarez Amézquita, José. Historia de la salubridad y de la asistencia en México, Vol. III, p. 86

⁴ Soberón, Guillermo. Op. Cit., p. 16

⁵ Ibidem, pp. 15-16

menores, situación de madres solteras o algún tipo de donaciones que no requirieran tributo alguno.

Época de La Colonia.

Los europeos invasores, con un alto arraigo de valores religiosos, evangelizaron a los indígenas con el poder del catolicismo. La sociedad fue conformada por españoles, poseedores del poder colonial; criollos, segundos del gobierno; mestizos, de clase media; indios y negros, obligados al trabajo pesado, a la explotación y vida mísera.

Las órdenes religiosas se encargaron de su educación, así como de la defensa legal con respecto a los abusos de poder en contra de los desprotegidos. Los conquistadores provocaron diversas enfermedades como la viruela o sarampión, situación que originó el surgimiento de centros de salud para combatir estas nuevas amenazas antes desconocidas.

Así, “durante aquellas épocas, se consideraba el hospital como una institución destinada a cumplir los deberes cristianos. La atención de los enfermos no obedecía a otros fines que cumplir con el deber, quien poseyera algo tenía, de hacer partícipe al que carecía de todo, ya que el Evangelio se dice que lo que se hace en favor del pobre del enfermo, del hambriento sería premiado en el cielo.”⁶

De esta manera la asistencia se fortalece en servicios de salud, surgiendo los primeros hospitales: Hospital de Jesús, fundado por Hernán Cortés en 1524; Hospital Real de Naturales, en 1529 por el fraile Juan de Zumárraga; Santa Fe, especialmente para indios fundado por Vasco de Quiroga en 1532; Hospital del Amor de Dios para sifilíticos en 1540; Hospital de Indios, para damnificados por inundaciones o epidemias, creado por el virrey Luis de Velasco en 1553; para personas de escasos recursos surgió el Hospital de San Hipólito en 1567 fundado por el fraile Bernardino Alvarez; para leprosos, entre otros.

⁶ Alvarez Amézquita, José. Op. Cit., pp. 122-123

En materia asistencial más directa, surgieron en 1770 la Real Lotería; La Casa de Cuna; El Hospicio para Pobres en 1774 y el Nacional Monte de Piedad, fundado en 1775 por Pedro Romero de Terrenos, para ayudar a personas con escasos recursos. Escuela Patriótica, colegio para niños pobres y huérfanos fundada en 1806.

En la colonia surgieron “ ... sociedades o asociaciones civiles de socorro mutuo organizadas por artesanos de un mismo oficio y tenían entre sus fines el establecimiento de instituciones de beneficencia pública destinadas a socorrer a los compañeros o cofrades menesterosos, ancianos, enfermos o lisiados.”⁷

En caso de enfermedad o invalidez, accidente, vejez o muerte, las cofradías proporcionaban asistencia a sus integrantes a través de una caja de ahorro así como capacitación laboral a los hijos de los integrantes. Estas cofradías existían para asistir a presos, condenados a muerte y eran para los indios un refugio de desvalidos.

De esta manera la asistencia social durante la colonia presenta características como ayuda en la enfermedad, en el desamparo y en la hambruna e “Inicialmente se proporcionó en instituciones dependientes directamente de la Iglesia Católica. En ellas se trató de atender a los necesitados, aplicando el concepto de caridad cristiana, que puede traducirse como amor al prójimo; sin embargo, este enfoque degeneró hasta quedar sólo como limosna, como algo sobrante que se da al menesteroso, un apoyo temporal que remedia una necesidad a veces urgente, pero sin tratar de solucionar la causa del mal, y sin considerar que el desvalido tiene derecho a ser atendido...”⁸

La Etapa de Independencia

Si la invasión española significó un cambio radical en la estructura social del México Antiguo muriendo formas de vida, naciendo otras completamente distintas, la independencia generó un reacomodo del poder en la nueva estructura social que los

⁷ Soberón, Guillermo. Op. Cit., p. 19

⁸ Ibidem, p. 20

Europeos habían creado. Las instituciones de asistencia social, así como las formas de producción en general tuvieron dificultades sumamente graves para su funcionamiento. El panorama mostraba nuevamente una situación desigual en la distribución de la riqueza.

Esas desigualdades estaban representadas por el sector en el poder conformado por comerciantes, industriales, mineros y grandes hacendados. Enseguida, estaban los criollos, el alto y bajo clero quienes disputaban más privilegios entre sí. Seguían los burócratas y el ejército. Finalmente la clase popular: rancheros, peones, trabajadores, obreros y sirvientes.

Los centros de salud creados durante la Colonia, sufrieron modificaciones y “Administrados los bienes de los hospitales, unas veces por el Ayuntamiento y otras por diversas autoridades, se conservaron, sin embargo, hasta 1829, en que el Gobierno en uso de sus facultades extraordinarias, vendió la mayor parte de ellos, y de los que habían quedado se dispuso en 1842, también en uso de sus facultades extraordinarias, sin exceptuar algunos de los edificios mismos de los hospitales.”⁹

No existía un cuidado primordial en lo asistencial pues “la autoridad civil ejercía su inspección por medio de la Secretaría de Gobernación, que era la misma de Relaciones Exteriores, sobre los establecimientos administrados por el Ayuntamiento, y por la de Justicia y negocios eclesiásticos sobre los que dependían del clero. De semejante organización de la vigilancia superior tenía que resultar necesariamente falta de eficiencia en la administración, supuesto que no había ni podía haber un plan general, y cada establecimiento obraba sin concierto ni acuerdo de otros...”¹⁰

Básicamente de las instituciones religiosas provenía la asistencia social a enfermos, ancianos y personas en orfandad. El Gobierno en 1843 permitió la creación de las Hermanas de la Caridad quienes al paso del tiempo obtuvieron importantes bienes en beneficio de una sociedad que estaba en plena lucha por su independencia.

⁹ Alvarez Amézquita, José. Op. Cit. p. 26

¹⁰ Ibidem, p. 408

Cuando Benito Juárez se instala en el poder seculariza los hospitales e instituciones de beneficencia, a través de las Leyes de Reforma, arrebatándoselos al poder religioso. Crea diversas instituciones oficiales como la Dirección General de Beneficencia Pública en 1861. Determina que todo lo referente a la asistencia y los recursos necesarios para el funcionamiento de aquella dirección, estarían exentos de contribución alguna.

Se observa que la asistencia social hasta este momento estaba considerada más como buena fe hacia el prójimo y “de acuerdo con las ideas liberales de aquel tiempo la caridad debía ser substituida por beneficencia. La primera implicaba un concepto piadosos y religiosos, la segunda un concepto administrativo.”¹¹

No existía una cultura de apoyo hacia el más necesitado pues “ la atención a los minusválidos era casi nula. Si sus familiares no podían atenderlos, los desvalidos se valían de su defecto para inspirar lástima y mendigar.”¹² .

Durante el período del Emperador Maximiliano, por recomendación de la Emperatriz Carlota, se funda la Casa de la Maternidad el 7 de junio de 1865. La guerra dejó una conciencia de la necesidad de cuidar de quienes no podían defenderse por sí mismos y al restaurarse la República los servicios educativos y asistenciales se proclamaron laicos, siendo gratuitos los primeros.

Surgen guarderías o estancias para hijos de madres trabajadoras. Las personas con mayor poder adquisitivo crearon asociaciones asistenciales para ayudar a los más pobres, recaudando fondos, contratando mujeres nodrizas para los niños de la Casa de Cuna, por ejemplo, entre otras acciones.

En 1887, la esposa de Porfirio Díaz, Carmen Romero Rubio inauguró la primera Casa Amiga de la Obrera en la que se educaba a los niños en escritura, lectura, actividades manuales y religiosas. En este lugar también se les proporcionaba alimento a pequeños cuyos padres eran de bajos recursos económicos. De esta manera “...las instituciones de asistencia deterioradas por la

¹¹ Ibidem, p. 425

¹² Soberón, Guillermo. Op. Cit., p. 26

inestabilidad social y política que vivió el país, recibieron una atención adecuada, ya que la Dirección de Beneficencia Pública se preocupó por mejorar las instalaciones y los programas; se introdujeron avances científicos y se capacitó al personal.”¹³

Para 1889 se decreta la primera Ley de Beneficencia Privada con Porfirio Díaz. De esta manera los organismos no gubernamentales así como la inversión privada y de personas cuyas organizaciones surgieron en apoyo a los más necesitados, obtenían una garantía constitucional de su labor altruista.

La Sociedad Filantrópica Mexicana creó talleres de costura para mujeres, dormitorios públicos para personas en orfandad, mientras que la Conferencia de San Vicente Paul se dedicó a dar alimento, ropa y medicinas a los pobres, enfermos y desvalidos. Estas organizaciones entre otras, pertenecían a la asistencia privada.

Estas iniciativas dieron origen a la Escuela Nacional de Ciegos, la Escuela para Sordomudos, el Hospital de San Andrés que daba consulta médica general a la población en orfandad; Hospital Juárez, que atendía a presos; Hospital Morelos para mujeres que padecían enfermedades venéreas; Hospital de Maternidad e Infancia, daba atención y medicamentos a mujeres y niños de escasos recursos, entre otros.

En la Revolución

El general Porfirio Díaz se mantuvo en el poder por más veinte años y ello provocó al paso del tiempo el deterioro de las estructuras sociales que desembocaron en la Revolución Mexicana. La salud, educación, alimentación y trabajo fueron temas fundamentales en la agenda del movimiento en sus primeras etapas.

Con Francisco I. Madero en el gobierno “...se ampliaron los hospitales, se aumentaron los sueldos, se concedieron ascensos y jubilaciones a los maestros, se

¹³ Ibidem, p. 28

fundaron comedores escolares, se hicieron repartos de ropa y calzado para los niños.”¹⁴

En 1914 se crearon puestos de socorro para proporcionar alimentos a las clases humildes y “más tarde, el gobierno constitucionalista intentó solucionar la crisis social: hambre, orfandad, viudez y pobreza de la población de la ciudad de México, con la creación temporal del Departamento de Auxilios del Pueblo, que se encargó de controlar la venta de artículos de primera necesidad y el establecimiento de comedores públicos en la periferia de la ciudad.”¹⁵

Los recursos económicos obtenidos de la Lotería Nacional, se destinaron al restablecimiento de los servicios en asistencia pública los cuales habían sufrido un gran deterioro por el proceso revolucionario que prevalecía en el país.

La Gota de Leche fue una institución surgió en 1929 por los altos índices de desnutrición infantil. Se distribuía leche y con el tiempo surgieron los desayunos escolares que se entregaron inicialmente en la ciudad. Con el gobierno del general Lázaro Cárdenas, el apoyo a los más necesitados cambió y amplió sus objetivos para constituirse jurídicamente el 31 de diciembre de 1937 como Secretaría de Asistencia Pública.

El general Cárdenas envió al H. Congreso de la Unión un documento del cual se destaca:

“El Estado Mexicano reconoce que debe substituirse el concepto de beneficencia por asistencia pública, en virtud de que los servicios que demandan los individuos socialmente débiles deben tender a su desarrollo integral, sin limitarse a satisfacer exclusivamente sus necesidades de subsistencia o de tratamiento médico, sino esforzándose por hacer de ellos factores útiles a la colectividad en bien de los intereses generales del país”.¹⁶

¹⁴ Bertha, Ulloa. “La lucha armada (1911-1920) en Historia General de México. El Colegio de México. TOMO II, p. 1092

¹⁵ Soberón, Guillermo. Op. Cit., p. 28

¹⁶ Alvarez Amézquita, José. Op. Cit., p. 555

Los servicios de salubridad estaban muy ligados a los asistenciales por lo que en 1943 se crea la Secretaría de Salubridad y Asistencia Pública con el objetivo de ampliar y fortalecer conjuntamente sus actividades.

Como una medida de atender a la niñez y en especial a su desnutrición, surge en 1961 el Instituto Nacional de Protección a la Infancia (INPI), organismo de asistencia pública y descentralizado que se dedicaba originalmente a la distribución de desayunos. En esa década de los 60, la explotación de menores crecía al igual que los niños abandonados. El gobierno decide tomar acciones al respecto y crea en 1968 el Instituto Mexicano de Asistencia a la Niñez (IMAN).

Los servicios asistenciales cada vez exigían una cobertura que fuera más allá de la atención a niños, adultos mayores o personas con alguna discapacidad, pues ahora se trataba de beneficiar a la familia, núcleo desde el cual la sociedad requería atención. En 1975 el Instituto Nacional para la Protección de la Infancia se reestructura y surge el Instituto Mexicano para la Infancia y la Familia (IMPI).

El país se encontraba en la etapa del institucionalismo y pareciera que para cada problema muy específico de la sociedad requería una nueva institución, sin embargo poco a poco se fueron fusionando los servicios así como los recursos y de esa manera nace el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) por la unión del IMAN y del IMPI en 1977.

En el esfuerzo por ampliar la cobertura de los servicios asistenciales a cada sector de la población en 1970 se establecieron los Centro de Integración Juvenil, cuyos objetivos se enfocaron a la prevención, el tratamiento y rehabilitación de la farmacodependencia.

En 1978 se crean los Pronósticos Deportivos para la Asistencia Pública con el fin de incrementar los recursos económicos que desde 1920 la Lotería Nacional destina a las acciones asistenciales. Para 1979 se funda el Instituto Nacional de la Senectud con la finalidad de proteger, ayudar, atender y orientar a la vejez mexicana.

El derecho a la salud alcanzó el rango de constitucional en el período federal de 1982 – 1988 con Miguel de la Madrid Hurtado. La promulgación de la Ley de Salud enmarca los derechos de asistencia social en la sociedad a través de la reglamentación de funciones y coordinación de organismos que integran desde entonces el Sector Salud: Secretaría de Salud, IMSS, ISSSTE y DIF.

Es así que la asistencia social y en especial los servicios de salud adquieren una importancia y prioridad a cargo del Estado logrando agrupar instituciones y recursos financieros en materia de salubridad. La publicación de la Ley sobre el Sistema Nacional de Asistencia Social en 1986 para completar el proceso jurídico de los servicios médico – asistenciales, transformó radicalmente el perfil de la asistencia social en el país. El Estado se comprometió a normar, responsabilizarse, coordinar, vigilar e impulsar todo tipo de asistencia social pública o privada.

Así la Secretaría de Salud (transformación de la Secretaría de Salubridad y Asistencia Social) se encargó de los procesos operativos de la asistencia con el fin de simplificar procesos y que los recursos hacia las personas más vulnerables del país, los recibieran con mayor rapidez y oportunidad.

Con la creación de instituciones dedicadas especialmente a la beneficencia pública, ésta se concibe como asistencia social en un marco legal. El apoyo hacia la población en condición desfavorable se fortalece al entrar la iniciativa privada (particulares) como proveedor, además del Estado, de servicios asistenciales.

La Ley sobre el Sistema Nacional de Asistencia Social se refiere a ésta como “ el conjunto de acciones tendientes a modificar las circunstancias de carácter social que impidan al individuo su desarrollo integral, así como la protección física, mental y social de personas en estado de desprotección o desventaja física y mental, hasta lograr su incorporación a una vida plena y productiva.”¹⁷

¹⁷ Ley sobre Sistema Nacional de Asistencia Social. p. 11

Contribuir al bienestar social de la población es el objetivo fundamental de esta ley. Se trata de fomentar la educación para una integración social del individuo así como el fortalecimiento de los valores familiares y propiciar el advenimiento de una vida equilibrada en lo económico, social, mental, cultural y de salud.

La población en condición desfavorable es aquella la cual carece de acceso a los niveles básicos de bienestar social como alimentación, salud, vivienda, recreación, cultura y educación. Permanecen en lugares con problemas de insalubridad, miseria, entre otros.

Por ello, la Ley en cuestión, se refiere a los sujetos que deben ser beneficiados con servicios asistenciales clasificándose de la siguiente forma:

- I.- Menores en estado de abandono, desamparo, desnutrición o sujetos al maltrato;
- II.- Menores infractores;
- III.- Alcohólicos, farmacodependientes o individuos en condiciones de vagancia;
- IV.- Mujeres en períodos de gestación o lactancia;
- V.- Ancianos en desamparo, incapacidad marginación o sujetos al maltrato;
- VI.- Inválidos por causa de ceguera, debilidad visual, sordera, mudez, alteraciones del sistema neuro-músculo esquelético, deficiencias mentales, problemas de lenguaje u otras deficiencias;
- VII.- Indigentes;
- VIII.- Personas que por su extrema ignorancia requieran de servicios asistenciales;
- IX.- Familiares que dependen económicamente de quienes se encuentren detenidos por causas penales y que queden en estado de abandono;
- XI.- Habitantes del medio rural o del urbano marginados que carezcan de lo indispensable para su subsistencia, y
- XII.- Personas afectadas por desastres. ¹⁸

¹⁸ Ibidem.

El fracaso de las políticas económicas en cuanto a la distribución de la riqueza ha ocasionado, después del período prehispánico, la existencia de una clase marginada de las mínimas condiciones básicas para sobrevivir. De esa manera la asistencia social es otorgada por el Estado y por vías particulares, es decir, asistencia privada cuyos fines también son humanitarios y sin fines de lucro.

De acuerdo con la Ley de Instituciones de Asistencia privada, el Estado las excluye del pago de impuestos, al ser consideradas de utilidad pública. Esta asistencia se lleva a cabo por medio de fundaciones y asociaciones, las cuales a partir del año 2000 algunas comienzan a ser cuestionadas por enriquecimiento ilícito y falta de transparencia en el manejo de sus recursos, tal es el caso de la Fundación Vamos México que lidera Martha Sahagún, esposa del ex - Presidente de la República Vicente Fox Quesada.

I.2 Surgimiento del DIF

En 1929 durante el mandato del presidente de la República Emilio Portes Gil fue constituida la Asociación Nacional de Protección a la Infancia. La esposa del presidente, la señora Carmen García de Portes Gil sería responsable de dirigir esta asociación civil.

Inicialmente su objetivo fue atender a los niños en estado de indefensión y por supuesto de escasos recursos económicos. Entre sus principales acciones destacaba la distribución de desayunos a los niños que visitaban la asociación o en algunas escuelas beneficiadas por este tipo de asistencia. La cobertura de los servicios de la asociación tuvo la necesidad de extenderse a otros rubros en la medida en que se identificaban los problemas relacionados con el núcleo familiar y que afectaban directamente al niño.

Esta extensión de enfoques, propósitos y esfuerzos en apoyo a la niñez, alcanzaron personalidad jurídica a través de la creación del Instituto Nacional de Protección a la Infancia (INPI), el 31 de enero de 1961. Organismo descentralizado con patrimonios propios.

De esta manera era "...propósito fundamental de Estado mexicano responder vigorosamente al imperativo de carácter moral y social de proteger a la niñez por todos los medios a su alcance y puesto a la niñez por todos los medios a su alcance y puesto que, el Gobierno Federal ha venido atendiendo este problema desde hace algunos años con la distribución de desayunos preparados conforme a dietas adecuadas entre los niños de edad escolar, y especialmente a los de familias de escasos recursos, a fin de complementar su alimentación y capacitarlos para desarrollar en mejor forma todos sus esfuerzos en bien de su salud y de su educación primaria."¹⁹

Con el reconocimiento jurídico, el Instituto recibió recursos económicos, infraestructura y un carácter administrativo que le permitió extender sus servicios a toda la República. La creación de los desayunadores fue el primer paso a una verdadera asistencia social bajo la responsabilidad del Estado hacia los niños de educación preescolar y primaria que presentaban bajos índices de nutrición.

El 15 de julio de 1968 nace la Institución Mexicana de Asistencia a la Niñez (IMAN) con personalidad jurídica y patrimonios propios. Su objetivo central sería resolver los problemas originados por el abandono y la explotación de los menores. El Estado debía protegerlos porque estos niños "quedan en peligro de perder la salud, el equilibrio emocional y aún la vida, haciendo necesaria la creación de establecimientos que se avoquen al cuidado integral de dichos menores y busquen la resolución al abandono lo más rápidamente posible"²⁰

De esta manera quedaban bajo el resguardo del IMAN, las casas de cuna, el establecimiento de casas hogares, internados, asilos así como la operación de hospitales dedicados a la niñez; profesionalizar los servicios de atención a la protección del menor y desarrollar investigaciones entorno al origen del abandono, maltrato y explotación de niños.

¹⁹ Decreto citado en Velasco Figueroa, Rosa María. La Administración Pública y la Asociación Civil en México (DIF). Tesis de Licenciatura. C.U. D.F. 1993

²⁰ Decreto citado en Velasco Figueroa, Rosa María. La Administración Pública y la Asociación Civil en México (DIF). Tesis de Licenciatura. C.U. D.F. 1993

El 24 de octubre de 1974, por decreto, el Instituto Nacional de Protección a la Infancia (INPI) ampliaría sus funciones no sólo de apoyo a la familia y a la educación sino también abarcaría aspectos de carácter cultural, nutricional, médico, social y económico. Con estos antecedentes se vislumbra ya lo que más tarde sería el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF).

El decreto manifiesta “Que la niñez constituye el elemento promisorio más sensible de nuestra organización social y el renuevo natural de su continuidad histórica;

Que la responsabilidad de cuidar por el bienestar de la infancia en un país de gran dinamismo demográfico, en el que muchas de las familias no disponen de lo necesario para vivir, es deber fundamental del Estado y también de todo mexicano acercarse a la niñez, fortalecer el núcleo familiar, extender los sistemas de protección y cuidar, por todos los medios, el acceso de los niños al desarrollo nacional;

Que la función educadora de la familia mexicana y sus hondas convicciones deben ser apoyadas y complementadas por el Estado, a través de cuerpos de profesionales especializados, que vigilen la evolución armónica del niño en consonancia con los planes económicos y sociales del país;

Que en la política social del Estado mexicano, destaca el objetivo de proteger a la niñez por todos los promotores sociales voluntarios, para su participación organizada en los programas del instituto. Desarrollar en forma organizada, sistemática y permanente, con la participación masiva popular, los programas y actividades relacionadas con el bienestar y orientación familiar, especialmente en las comunidades rurales del país”.

En el gobierno de José López Portillo, se decide fusionar las acciones realizadas por la Institución Mexicana de Asistencia a la Niñez (IMAN) y el Instituto Mexicano para la Infancia y la Familia (IMPI), dando origen al Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) en enero 10 de 1977.

“...la Institución Mexicana de Asistencia a la Niñez e Instituto Mexicano para la Infancia y la Familia, son organismos públicos descentralizados que han fomentado el bienestar social en el país, coadyuvando a la satisfacción de ingentes necesidades de la población;

Que dada la afinidad en los objetivos de la Institución Mexicana de Asistencia a la Niñez y el Instituto Mexicano para la Infancia y la Familia, se ha estimado conveniente que por sus funciones se realicen, sin duplicaciones ni interferencias, a través de una sola administración, lo que permitirá además una mejor utilización de los recursos y mayores beneficios para la colectividad.”²¹

Para regular, vigilar y coordinar las acciones del DIF, el 21 de diciembre de 1982, por decreto el presidente Miguel de la Madrid integró al Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia, al sector que está bajo control de la Secretaría de Salubridad y Asistencia, actualmente llamada Secretaría de Salud.

De esta forma quedaron a disposición del DIF, a través de la modificación de objetivos y programas de trabajo, recursos e infraestructura de la Secretaría de Salud con fines asistenciales. Por ello, se logró el apoyo para el Sistema Nacional DIF del Centro de Rehabilitación Profesional, Centro de Adaptación Laboral, Servicio Social para Invidentes, Taller de Maquila para Invidentes, Escuela Nacional de Ciegos “Lic. Ignacio L.A. Trigueros”, Instituto Nacional para la Rehabilitación de Niños, Ciegos y Débiles Visuales y las Oficinas de Supervisión de Comunicación Humana.

I.3 DIF Chicoloapan.

Sistema Nacional de Asistencia Social

El Sistema Nacional de Asistencia Social es el conjunto de instituciones públicas, sociales y privadas, encargadas del desarrollo de la familia, de la protección de la infancia y de la prestación de servicios de asistencia social.

²¹ Decreto citado en Velasco Figueroa, Rosa María. La Administración Pública y la Asociación Civil en México (DIF). Tesis de Licenciatura. C.U. D.F. 1993

El Sistema Nacional de Asistencia Social, del cual forma parte el organismo denominado Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia, es quien coordina y promueve los trabajos en este campo que complementa muchas de las acciones encaminadas a proteger el capital social y el capital humano de nuestra nación.

El Organismo

El Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia se identifica con la serie de instituciones que por ley deben apoyar el desarrollo de la familia y de la comunidad.

El Sistema DIF está integrado por un organismo central, el DIF Nacional, que de acuerdo a la Ley sobre el Sistema Nacional de Asistencia Social debe coordinar las actividades en la materia, así como por 32 sistemas estatales DIF y los sistemas municipales DIF.

El DIF Nacional es un organismo público, descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propios, creado por Decreto el 13 de enero de 1977 y que, de acuerdo al artículo 13 de la Ley sobre el Sistema Nacional de Asistencia Social de 1986, es el promotor de la asistencia social y la promoción de la interrelación sistemática de las acciones por lo que es el rector del campo de la asistencia social y coordinador del Sistema compuesto por los órganos estatales y municipales.

El DIF es el responsable de la atención de menores en situación de abandono, desamparo, desnutrición o sujetos de maltrato, de menores infractores, de alcohólicos, de los fármaco dependientes y de los individuos en condición de vagancia, de mujeres en período de gestación o lactancia, de ancianos en desamparo, incapacidad, marginación, de los inválidos con problemas de diferentes órganos o sistemas, los indigentes, de personas que por su ignorancia requieran servicios asistenciales, de las víctimas de la comisión de delitos en estado de abandono, de los familiares que han sido abandonados y dependan económicamente de aquellos que se encuentran detenidos por causas penales, de los habitantes del medio rural o urbano que estén marginados y de las personas afectadas por desastres.

EL DIF ESTADO DE MÉXICO

Su misión es desarrollar y promover programas y proyectos de asistencia social con alto sentido humano para atender a los grupos vulnerables del Estado de México, impulsando una cultura de respeto a los derechos, de prevención y de participación social que fortalezcan la integración familiar. Su visión es ser la institución líder de asistencia social en el Estado que movilice la participación organizada y comprometida de la sociedad. El DIF Estado de México es a la fecha, un organismo consolidado como el principal instrumento de la política social del gobierno mexiquense para abatir la pobreza extrema, mejorar la calidad de vida de las familias e impulsar un desarrollo justo y equitativo para todos los mexiquenses.

DIF – CHICOLOAPAN

De acuerdo con el trabajo realizado por la Lic. En Antropología por la UNAM, Virginia Castillo llamado “Mujeres Ilustres de Chicoloapan” en el año 2001 en:

- **1958**, con la creación del **Instituto Mexicano para la protección de la infancia (I.M.P.I)**, más tarde **Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia (D.I.F.)**, constituye una época de cambio para la mujer como promotora de asistencia social hacia las poblaciones desprotegidas en lo largo del territorio nacional, como parte de un Proyecto Nacional. Una vez decretado el programa, los gobiernos estatales y municipales tendrían que enfrentar esta nueva tarea con apoyo directo de las mujeres.
- En Chicoloapan de Juárez, resultó difícil la decisión y selección de las mujeres que participarían, puesto en discusión durante los primeros años, había que hacer conciencia en los hombres para aceptar la colaboración de las mujeres, disponibilidad de la familia para permitir que éstas se conviertan en figuras públicas, la toma de decisiones en la mujer, fueron elementos que contribuyeron en este nuevo despertar de la cultura. Entonces la mujer, pasó a ser parte importante e integral de nuestro pueblo, época en que ésta se enfrentaba a otros cambios, mayor preocupación de los padres por apoyarla en asistir a la escuela y la posibilidad de tener mejores fuentes de trabajo, desde siempre había sido empleada como trabajadora doméstica.

- Aquellas mujeres que formarían parte de nuevos gobierno municipales, deberían cubrir ciertos requisitos; facilidad de palabra, saber leer y escribir, disponibilidad de tiempo.
- La **Profra. Guadalupe Islas Solares**, se convirtió en un personaje ilustre por ser la primera regidora en la historia Chicoloapense cuando tenía 21 años de edad y cuya labor fue la atención a Problemas de Salud pública y Protección a la Infancia. En el periodo de 1970 – 1972, repitió el cargo de Regidora. Muere a los 43 años de edad.
- **C. Flora Guerrero Rosas** funge como Regidora a los 30 años de edad. Participó en diversas tareas del ANFER y más tarde en el Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia. Actualmente tiene 70 años y se dedica al comercio ambulante.
- De **1964 a 1966, la C. Raquel García Membrillo** fue Regidora suplente a los 34 años de edad. Comenzó una labor dedicada a problemas de salud pública y apoyo a la educación de los infantes. Hoy cuenta con 71 años de edad.
- En **1967, la C. Herminia Olvera** quien tuvo una vida política activa integrada al ANFER y más tarde se convertiría en la primera Presidenta del Sistema DIF- Chicoloapan en el periodo de 1976 a 1978. Se crearon los Centros de Desarrollo Infantil (C.D.I.). Se compró en ese periodo las instalaciones actuales del DIF – Chicoloapan. Su labor sobrepasó límites y presencia del DIF- Chicoloapan en las colonias recién formadas.
- En **1973 la C. Felicitas Cervantes Jarillo**, se convierte en la primera Secretaria del H. Ayuntamiento y dio un gran apoyo a lo que más tarde sería el DIF- Chicoloapan. Su principal labor fue enfrentar los problemas de un municipio suburbano con más demanda de servicios públicos y educativos.
- En **1979 – 1981 la C. Guadalupe Daza de Hernández** se dio la tarea de dar vida a Centros de Desarrollo Infantil en las colonias de reciente creación, se brinda la dotación de desayunos escolares, apoyo a mujeres desprotegidas con los cursos manuales para crear fuentes de trabajo, despensas de consumo básico a bajo precio.

- En **1982**, la **Lic. Rosa Linda Hernández Rodríguez** entra en funciones haciendo destacar su labor en la población infantil.
- En la administración **1985 – 1987**, la **C. Herminia Hernández Membrillo** fungió como Presidenta del DIF – Chicoloapan cuando al frente de la Presidencia estaba la C. Elba Arrieta Pérez. Incrementó la cobertura de desayunos escolares, se crearon las lecherías subsidiadas por Liconsa, tiendas de CONSUPO, extensión de cursos manuales, promovió la educación primaria y secundaria abierta, eventos culturales, campañas de vacunación, etc.
- **1988 - 1990** . La **Lic. en Derecho Zenaida Ramírez** encabezó la Presidencia del DIF – Chicoloapan. Remodeló los Centros de Desarrollo Infantil (C.D.I.), dio mayor atención a la superación de la mujer, incrementó las despensas así como pláticas sobre nutrición y control natal, servicio médico, dental y optometrista.
- **En 1991 – 1993 Doña Ma. Del Carmen Palacios Moya** las actividades del DIF – Chicoloapan se extienden hasta el recién creado Centro del Desarrollo Comunitario por el crecimiento de unidades habitacionales. Impulsó la actividad recreativa, desarrollo del área turística, mayor impulso a los C.D.I. Se creó el área de atención a los adultos mayores así como el festejo del día del adulto mayor.
- **En 1994-1996**, la **Sra. Ma. Del Carmen Milán García** se incrementaron los talleres manuales (según sus hijas, quienes dan fe del trabajo) y actividades en torno a las colonias. En este periodo se oficializó la desintegración de los C.D.I., por Jardines de niños incorporados a la Secretaría de Educación Pública, cuando se habían descentralizado legalmente los sistemas municipales del D.I.F. con personalidad jurídica y patrimonio propio
- **1997 – 2000** la **C. Guadalupe Daza de Hernández 1997 – 2000** continúa con los servicios de atención pública así como la expansión del área administrativa.

- **En el 2000 – 2003, la Sra. Rebeca García de San Martín** se convierte en la primera presidenta que pertenece a una institución política diferente (PRD) de la que habían surgido las anteriores presidencias (PRI). Se fortalecieron vínculos con empresas y se ampliaron los programas debido al crecimiento poblacional del municipio.

PROGRAMAS BÁSICOS DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL EN EL SISTEMA MUNICIPAL DIF CHICOLOAPAN QUE PREDOMINARON HASTA LA ADMINISTRACIÓN 2000- 2003

Programa de Asistencia Alimentaria a Menores Escolares PRAAME.*

Su objetivo es planear, organizar, dirigir y evaluar la ejecución de los programas que en materia de alimentación y nutrición familiar, se han establecido para mejorar el estado nutricional de los grupos más vulnerables de la población. Mejorar el nivel nutritivo de los niños de preescolar, primero y segundo grados de primaria del turno matutino, en zonas prioritarias, mediante la distribución de desayunos escolares. Se realizan estudios de antropometría (toma de peso y estatura) al inicio y al término del ciclo escolar para evaluar el impacto nutricional de los menores.

Programa de Asistencia Social Alimentaria a Familias PASAF.*

Contribuye a la economía familiar mediante la entrega de despensas integradas, vigilancia nutricional, orientación alimentaria y fomento de producción de alimentos para consumo.

Programa de Atención Integral a la Madre Adolescente (AIMA)*

Mejora la calidad y bienestar de las madres adolescentes bajo un marco de salud integral y formación para el trabajo, a través del desarrollo de programas educativos, instrucción en educación sexual y salud reproductiva. Informa sobre los cuidados maternos, embarazo, parto y puerperio, planificación familiar, autoestima y superación personal, buscando el apoyo de la familia durante el proceso.

* La descripción de cada programa fue proporcionada por los titulares. Administración 2003-2006.

Programa de Atención Integral al Adolescente (AIA).*

Brinda atención, orientación y asesoría a los adolescentes de 12 a 19 años de edad, para ayudar a un proceso más completo de formación, educación y prevención de conductas de riesgo. Busca disminuir los índices de embarazo y contagio de enfermedades de transmisión sexual en adolescentes. Promueve actividades recreativas, culturales, deportivas y comunitarias.

Prevención del Alcoholismo y la Farmacodependencia. *

Desarrolla acciones preventivo educativas, de promoción y tratamiento ambulatorio para disminuir y atender casos de tabaquismo, alcoholismo y farmacodependencia en la etapa infanto juvenil, incidiendo en las causas familiares, individuales y sociales. Se llevan a cabo pláticas, talleres y orientación a población abierta que informa sobre prevención, causas y complicaciones del uso y abuso de sustancias.

Atención Psicológica Integral (API).*

Realiza actividades de prevención, promoción y tratamiento ambulatorio sobre trastornos emocionales, conductuales y mentales, incidiendo en las causas familiares, individuales y sociales. Lleva a cabo consultas psicológicas.

Programa de Atención a la Mujer.*

Promueve el desarrollo de la mujer en el ámbito emocional, mediante la disminución de los factores de riesgo que la predisponen a padecer trastornos mentales, impulsando su desarrollo personal, laboral y familiar.

Procuraduría de la Defensa del Menor y la Familia.*

Brinda orientación social y asistencia jurídica a menores, mujeres, adultos mayores, personas con capacidades diferentes y, en general, miembros de familias vulnerables, para garantizar el respeto a sus derechos y prevenir la violencia familiar y el maltrato. Asesoría jurídica de índole familiar. Apoyo jurídico a población vulnerable.

Adultos Mayores.*

Entrega credenciales para adultos mayores, para dotarlos de un documento de identificación que les de acceso a servicios y descuentos que otorgan las dependencias del gobierno estatal, así como organizaciones sociales y prestadores de servicios.

Atención Médica y Odontológica.*

Brinda apoyo a toda la comunidad para garantizar un buen estado fisiológico del paciente y apoyarle en el mejoramiento de su calidad de vida cuidando y dándole seguimiento a su estado de salud. Esta atención es para niños, jóvenes, adultos, discapacidad y adultos en plenitud.

Estos programas pertenecen a diferentes coordinaciones del sistema municipal DIF Chicoloapan entre las que destacan las de Nutricionales, Atención Médica, Odontología, Procuraduría en Defensa del Menor y la familia, Psicología y Trabajo Social. Hasta la última administración del año 2000 al 2003 estas coordinaciones han permanecido operando bajo los lineamientos mínimos de productividad que sugiere el DIF Estado de México.

I.4 Propuesta de modificación en la estructura del DIF Chicoloapan para la administración 2003-2006

Anteriores administraciones del Sistema Municipal DIF Chicoloapan al período 2003-2006, manejaron en su mayoría programas asistenciales básicos como los arriba mencionados Sólo las coordinaciones de Atención Médica, Odontología, Procuraduría en Defensa del Menor y Psicología han sido dirigidas por profesionistas mientras que Trabajo Social, Atención a los Adultos Mayores y Nutricionales han estado bajo el mando de personas generalmente sin preparación académica ni experiencia en el ramo.

El sistema DIF Nacional marca programas específicos que debieran cubrir los sistemas estatales y municipales, sin embargo muchas veces la falta de

* La descripción de cada programa fue proporcionada por los titulares. Administración 2003-2006

instalaciones adecuadas, recursos financieros, personal capacitado, entre otras cosas, impide la mayor cobertura de los servicios asistenciales.

Esta información fue corroborada por la entonces directora del DIF Chicoloapan del período 2003 – 2006, Guadalupe Esther Castillo Mejía.

La intención de proponer la incorporación en la estructura actual del Sistema DIF Chicoloapan de otros programas ya establecidos por los niveles nacional y estatal, es ampliar el número de personas beneficiadas y lograr a su vez, un posicionamiento de la percepción que tienen los ciudadanos chicoloapenses sobre los servicios que presta esta institución.

El objetivo es que las personas comprueben que el DIF Chicoloapan brinda servicios de calidad. Una vez logrado, se presenta un segundo paso que es una política de información para fortalecer positivamente la percepción ciudadana hacia el organismo y su presidenta (e).

El siguiente cuadro No. 1 es un formato representativo de un organigrama predominante en los sistemas municipales DIF en la zona oriente del Estado de México, en localidades como Texcoco, Los Reyes la Paz, Ixtapaluca, Chalco, Valle de Chalco, Nezahualcóyotl, Chimalhuacán y Chicoloapan.



No. 1: Cuadro elaborado por el autor de esta tesis.

Existen por supuesto variaciones tanto en la cantidad de personas que laboran en cada sistema como de una o dos coordinaciones que brindan atención de

discapacidad o a menores específicamente en condiciones de abandono a través de diversos programas ya establecidos. Este organigrama contiene aquella “estructura básica” que todo sistema municipal DIF debe tener para ser operativo.

El siguiente cuadro No. 2 es representativo del personal que labora en un sistema municipal DIF. En el caso de Chicoloapan, el sistema municipal ha mantenido una estructura semejante a la presentada por lo menos en las dos últimas administraciones que van de los períodos 1997 – 2000 y 2000 – 2003.

Entre profesionistas, auxiliares y cuerpo directivo, suman treinta personas que pueden variar dependiendo del nivel de trabajo que se tenga de acuerdo con cada programa encabezado por las distintas coordinaciones.



No. 2: Cuadro elaborado por el autor de esta tesis.

Quienes conforman el cuerpo directivo: Presidenta, Directora, Tesorera y Secretaria General generalmente son personal de confianza, es decir, gente cercana, conocida y protegida por el presidente municipal y su esposa los cuales designan ese cuerpo directivo para defender sus intereses. Entre las áreas directivas generalmente se crean puestos de auxiliares o asistentes personales para fortalecer el equipo de confianza de las autoridades municipales.

Esta estructura ha permanecido similar en los últimos diez años de administración municipal del sistema. Sólo en el caso de la Coordinación de Atención Médica, Odontológica, Procuraduría y Psicología se cuenta con profesionistas capacitados para ofrecer servicios de calidad. Dentro de las coordinaciones restantes se incorporan trabajadores que sirven como auxiliares o en casos de presión política se contratan como aquéllas plazas de trabajo antes pactadas con agrupaciones y líderes protagonistas de las campañas políticas previas. En muchas ocasiones los profesionistas contratados, llegan a ser personas conocidas por el cuerpo administrativo entrante y viven dentro del municipio. Difícilmente se contrata personal de municipios aledaños.

LA PROPUESTA:

Uno de los objetivos será reestructurar el DIF para profesionalizar cada una de sus áreas y lograr un servicio público que resuelva las demandas ciudadanas de carácter asistencial. Se impulsarán programas que no existían en las administraciones anteriores y aumentará la cobertura de los actuales.

En un municipio cuyo crecimiento es inevitable, se han identificado tres zonas potenciales que deberán contar con una representación del Sistema Municipal DIF Chicoloapan, sirviendo de enlace para satisfacer demandas de la población en cuanto al otorgamiento de ciertos servicios de salud y recreación.

Las tres zonas identificadas corresponden a la Cabecera Municipal con una población aproximada de 12,000 mil habitantes; San Isidro, cuya población vulnerable es de aproximadamente 11,000 mil habitantes y Los Consorcios, unidades habitacionales que representan la llegada a este municipio de aproximadamente 30,000 mil personas.

Para cada zona geográfica las necesidades asistenciales varían. En Cabecera Municipal existen centros de salud cercanos así como diversos consultorios particulares en donde la población cuyo ingreso económico es estable, pueden pagar por el servicio. En esta zona las demandas de servicios asistenciales en su mayoría son de atención médica, odontológica y jurídica.

Algo diferente que se puede proponer son actividades artísticas como danza, música, manualidades, cerámica, pintura y aplicación de poliéster. También están talleres productivos como transformación del chocolate, cursos de cocina, cultura de belleza, cursos de conservas y lácteos, elaboración de huertos familiares.

En el caso de la zona San Isidro cuya población está considerada en condiciones altamente vulnerables por el Estado de México, incluso en extrema pobreza, carente de infraestructura para servicios asistenciales, el DIF tendrá que tener una presencia física establecida con servicios básicos como atención médica, odontológica, jurídica, nutricional, atención a la discapacidad y adultos mayores.

Los Consorcios forman parte de las llamadas ciudades habitación, es decir, lugares cuya población debe trasladarse al centro de la infraestructura laboral y regresan sólo a dormir. Sin embargo las familias que se quedan, requieren de atención médica, odontológica, jurídica y recreativa. En estos lugares se pueden organizar festivales musicales los fines de semana así como talleres y cursos deportivos, artísticos y productivos.

Para lograr este cambio, la institución necesita una transformación organizacional. Hasta el mes de agosto del año 2003, la estructura del Sistema Municipal DIF Chicoloapan con todo el personal necesario estaba conformada aproximadamente de 30 personas.

Un problema detectado en la institución al comienzo de la administración 2003 - 2006 y que no ha contribuido a mejorar su status como organización de beneficencia social es la falta de información sobre cada uno de los servicios que ofrece. Otro factor que debe fortalecerse es la comunicación interna, pues el personal a menudo desconoce el trabajo de las demás coordinaciones y provoca que no sepan dar informes cuando las personas los solicitan.

Un buen comienzo será el crecimiento institucional, es decir, apertura de nuevas coordinaciones y programas establecidos por el nivel estatal así como la creación de proyectos autónomos que satisfagan aquéllos servicios asistenciales pilares de un DIF: atención médica y servicios de salud.

Una vez identificadas las zonas geográficas, puede procederse a la descentralización de los servicios. Para ello será necesario elegir lugares que puedan rentarse y albergar servicios de salud básicos como atención médica, servicios odontológicos, jurídicos y psicológicos. Con esta iniciativa se estará logrando que aquellas personas quienes por falta de dinero no puedan trasladarse hasta la cabecera municipal, tengan un lugar de atención cercano a su comunidad y con costos accesibles.

En un municipio como Chicoloapan en crecimiento y con la llegada de grandes consorcios habitacionales como GEO, ARA, BETA; SARE, HIR, puede gestionarse la construcción de espacios en los que puedan otorgarse estos servicios asistenciales básicos antes mencionados e incluso plantear posibilidades de construir lugares específicos para un determinado sector de la población como las personas con discapacidad y tercera edad.

Esta gestión debe realizarse entre las autoridades municipales a través de la dirección de Obras Públicas como del Sistema Municipal DIF, la Tesorería del H. Ayuntamiento representados por sus directores y por supuesto del Presidente Municipal y la Presidenta del DIF. ¿Qué gestionar? Inmuebles como una Unidad de Rehabilitación e Integración Social (U.R.I.S) , alguna casa de descanso para los Adultos Mayores, Albergues, Guarderías, Centros de Recreación, Centros Municipales de Salud, Centros Deportivos.

Deben elegirse aquéllos inmuebles que generen un beneficio directo a las personas de escasos recursos económicos. En el caso de Chicoloapan puede gestionarse una Unidad e Rehabilitación e Integración Social para las personas con discapacidad, pues en la zona oriente del Estado no existen inmuebles para que este sector de la población sea atendido.

Un inmueble más podría ser una casa de descanso y recreación para Adultos Mayores. Este en un sector interesante porque no sólo estás beneficiando a los abuelitos, también te ganas la simpatía de quienes viven con ellos, si el objetivo de ayudar a este sector es político.

En el siguiente recuadro se observa la propuesta de un crecimiento institucional para el DIF Chicoloapan administración 2003 – 2006 considerando la gestión potencial que puede realizar el Ayuntamiento y el DIF con los grandes consorcios habitacionales para la construcción de una URIS y de un espacio para la tercera edad.

Se propone la descentralización de servicios asistenciales en distintas comunidades que presentan rezagos sociales y quienes las habitan muchas veces no pueden acceder a servicios de salud a bajo costo. Con ello se contribuye al incremento de población beneficiada.

Consideramos la apertura de nuevas coordinaciones como la de Discapacidad, Comunicación Social, Procuración de Fondos y Difusión Cultural, así como el servicio de Pediatría. En cada una de ellas se observa un potencial de trabajo que no sólo contribuirá al fortalecimiento de la productividad institucional sino al impacto social que pueda lograrse.

A través de la discapacidad se atiende a un sector de la población chicoloapense que normalmente no encuentra atención integral en sistemas municipales DIF, su gestión se basa en pequeñas donaciones de bastones, sillas de ruedas, aparatos auditivos, andaderas, despensas o apoyos económicos.

En esta coordinación se pueden potenciar gestiones en fundaciones como Mc Donal's, Telmex. Televisa. Azteca, Club Rotarios, entre otros. Estos organismos de la iniciativa privada, otorgan apoyos importantes gratuitos en la mayoría de los casos. De esta forma una coordinación de Discapacidad puede "extralimitar" sus capacidades de gestión para incrementar al número de personas beneficiadas.

Con estas funciones, siguiendo procedimientos específicos requeridos por las mismas, puede lograrse la donación de costosos aparatos auditivos, sillas de ruedas eléctricas, bastones, andaderas, descuentos, etc., impulsando de manera determinante los servicios asistenciales a la discapacidad.

También se pueden incorporar actividades acuáticas, previo convenio con Clubes de Natación, así como equinoterapias. En lo artístico puede crearse un Ballet en Silla de Ruedas, curso de Lenguaje de Señas, manualidades y actividades pre - deportivas para la discapacidad.

La coordinación de Comunicación Social es pilar en lograr el objetivo principal, pues se trata de crear las estrategias de imagen institucional que sean congruentes con el DIF y la profesionalización de los servicios. Al no existir una forma de comunicación entre la institución y ciudadanía, se corre el riesgo de no lograr el impacto deseado tanto en lo asistencial como en la política de información. De esta coordinación se hablará con más detalle en el tercer capítulo.

También se considera la clasificación de los talleres que se ofrecen en los sistemas municipales. Esta división se prevé sea de tres tipos: *talleres productivos, artísticos y deportivos*.

Los talleres productivos tienen el objetivo de enseñar a quienes los curse, la importancia de transformar materiales o materia prima que nos permita obtener una ganancia con productos finales de esa transformación. Se trata de enseñarles a las personas a producir a partir de su propia iniciativa.

Podemos mencionar el taller de la transformación del chocolate. Mediante este curso, las mujeres en su mayoría, pueden aprender a crear productos como paletas de chocolate combinadas con amaranto, cacahuate, arroz inflado de diferentes figuras según eventos sociales y festejos memorables.

Cultura de belleza se encuentra entre los talleres tradicionales de los DIF municipales porque a través de ellos, las mujeres aprenden las técnicas del corte y sus diversas aplicaciones llegando en muchas ocasiones a que una vez concluida su instrucción, logren la apertura de sus propios salones de belleza.

Conservas y lácteos. El taller se trata de la elaboración de productos alimenticios con conservadores naturales creando de esta manera, la producción de

mermeladas, fermentados, licores, etc. El aprendizaje se facilita porque la materia prima está al alcance de cualquier persona.

En lo que se refiere a *los talleres artísticos*, podemos hablar de la apertura de cursos de música, ya sea de un instrumento específico o de varios instrumentos de cuerda dedicado especialmente a niños y jóvenes. El objetivo primordial de un taller como estos, es la creación de grupos musicales.

Uno más es el taller folclórico de danza regional en cual no sólo fortalece el fomento de una actividad tradicional mexicana, sino la unión de la familia que se involucra directamente con las actividades de niños y jóvenes.

El curso de cerámica o manualidades también representa una opción de entretenimiento para mujeres quienes no sólo aprenden técnicas de color y de armado con diferentes materiales, sino también la posibilidad de vender productos obtenidos.

Los talleres deportivos pueden ser otra opción más que el DIF puede ofertar y no se necesita de grandes espacios deportivos. El ajedrez es un deporte que no requiere de gran infraestructura y puede ser accesible al público en general. Es este sentido, el DIF puede gestionar junto con la Dirección de Cultura Física y del Deporte del H. Ayuntamiento, eventos deportivos como torneos de fútbol y básquetbol en donde lo importante será la presencia del DIF como impulsora de este tipo de competencias.

Es necesario mencionar que no siempre se cuenta con los recursos económicos para contratar a los instructores de cada taller. Una opción puede ser que el DIF proporcione el apoyo institucional con espacios rentados para estas actividades y algunos materiales. El sueldo de los instructores puede obtenerse de la cantidad de personas que se inscriban en ellos, respaldados por la difusión que el DIF les otorgue y con la expedición de documentos oficiales que respalden el trabajo del instructor.

La coordinación de Difusión Cultural del DIF obedece a que los talleres artísticos logren en un tiempo razonable, crear los grupos necesarios para “presentaciones” en la plaza pública municipal y el intercambio de los mismos con los municipios colindantes. Debe ser un esfuerzo coordinado con el H. Ayuntamiento para que a través del DIF también puedan traerse al municipio actividades artísticas como obras de teatro, ballets regionales, concursos de pintura, fotografía, cuento o poesía, previa gestión con dependencias dedicadas a esa labor.

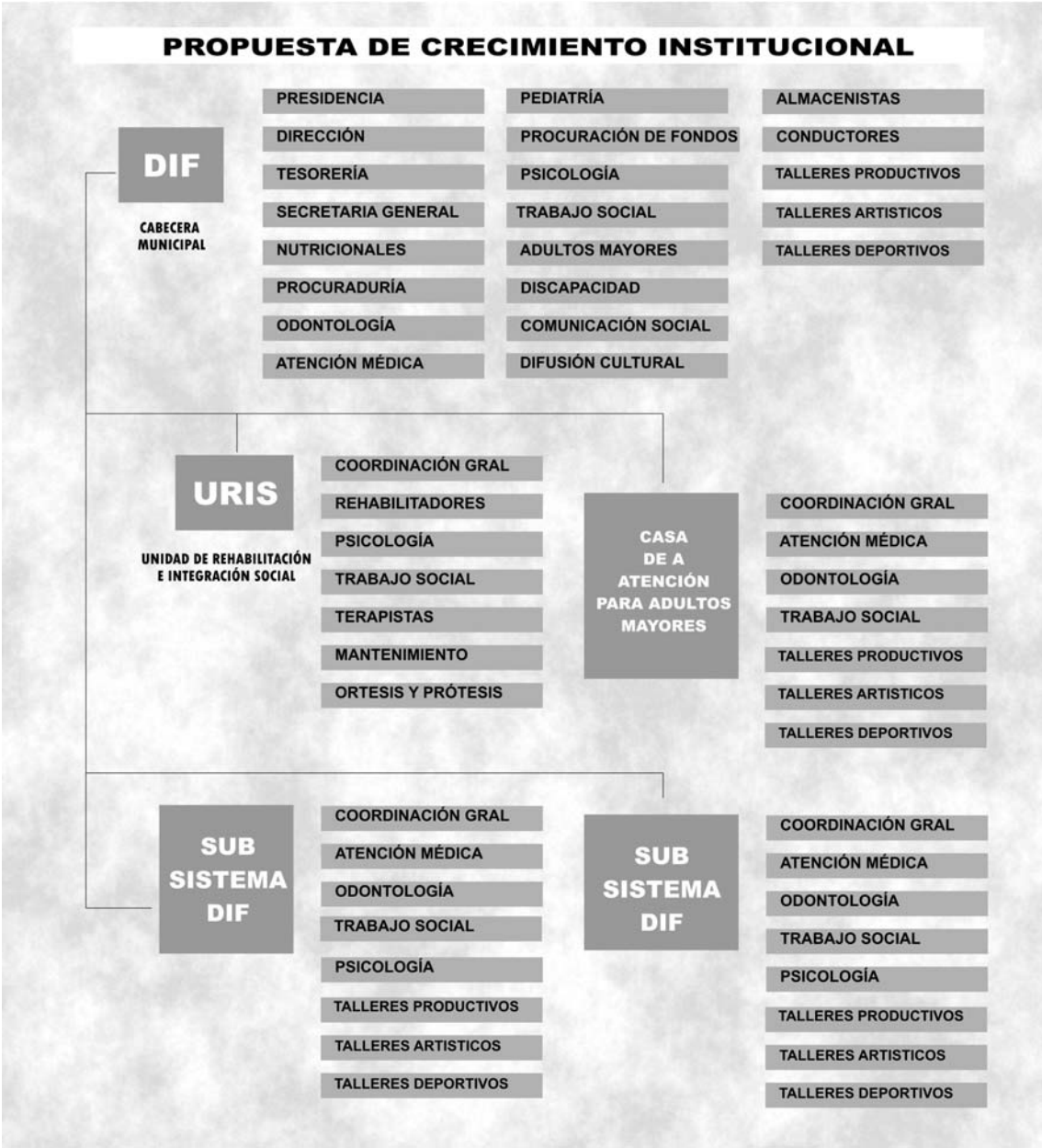
El servicio de Pediatría responde a que la atención médica general recibe gran cantidad de solicitudes en atención a menores. En un esfuerzo por dividir esta atención, la de Pediatría sería exclusivamente para los niños entre las edades que el pediatra considere de su competencia y en especial para atender a las familias de bajos recursos que no pueden ofrecer una atención de calidad a sus pequeños.

La Coordinación de Procuración de Fondos, es un área destinada a gestionar y crear patronatos asistenciales entre la comunidad que posee recursos para otorgar apoyos en beneficio de diferentes sectores vulnerables. Hablamos de comerciantes, pequeños, medianos y grandes empresarios asentados en el municipio con quienes se pueden crear fondos de apoyo o descuentos a madres solteras, mujeres viudas, tercera edad, niños, personas con discapacidad, etc. Estos apoyos se pueden materializar en medicamentos, vestido, aparatos ortopédicos, exámenes de laboratorio, campañas de salud, útiles escolares, despensas, etc.

Se proyecta un organigrama posible en caso de existir alguna de las condiciones mencionadas para lograr la transformación institucional. Primero, con la apertura de nuevas coordinaciones profesionalizando los servicios. Segundo, la posibilidad de construir inmuebles en aquellos municipios como Chicoloapan en los que se da el asentamiento de consorcios habitacionales. Tercero, la descentralización de los servicios en zonas estratégicas que fortalezcan el incremento de gente beneficiada.

De esta manera se aborda la posible transformación de un sistema municipal DIF incrementando la cobertura de los servicios y participación en los esfuerzos por darle a las personas en condiciones vulnerables, una mejor calidad de vida y

atención profesional. Se generan fuentes de empleo para el servicio público duplicando la cifra de trabajadores que normalmente se contratan para acciones mínimas asistenciales. De treinta personas que laboraban en la administración 2000 – 2006, con esta transformación estarían laborando entre cincuenta y cinco ó sesenta servidores públicos. La propuesta sobre la nueva estructura quedaría de la siguiente manera: véase el siguiente recuadro.



No. 3 Cuadro elaborado por el autor de esta tesis.

Financiamiento

Estos cambios requieren de un aumento en las participaciones económicas que recibe el Sistema Municipal DIF Chicoloapan del H. Ayuntamiento. El DIF, Durante la administración 2000 – 2003 inició con un presupuesto del 8 por ciento en participaciones. Al término del período, este porcentaje podría aumentar hasta en un 15 por ciento. El financiamiento del DIF se logra mediante dos tipos de ingresos, el ingreso propio que se obtiene del cobro por los servicios que ofrece el sistema municipal, y los ingresos externos que corresponden al a participación económica recibida por el H. Ayuntamiento.

Con el 15 por ciento que puede gestionarse por acuerdo de cabildo, se lograría cubrir el cincuenta por ciento de los gastos de operación requeridos para el óptimo funcionamiento de la institución y representaría el ingreso externo. El otro cincuenta por ciento se obtiene de ingresos propios.

Para el pago de la nómina del personal, se puede solicitar el apoyo con el mismo H. Ayuntamiento para que cubra un treinta por ciento del pago a profesionistas, así como al Organismo Descentralizado de Agua y Saneamiento (O.D.A.S) con el pago del otro 20 por ciento al personal del DIF. Este personal estaría en calidad de préstamo y designado a laborar en DIF. La renta de los espacios para el establecimiento de centros de enlace con el DIF pueden ser financiados por el H. Ayuntamiento del municipio en calidad de préstamo al sistema municipal.

La reestructuración de las coordinaciones impedirá la duplicación de actividades y profesionalizará el servicio de cada área para fortalecer la calidad de los servicios asistenciales. El impacto que se pretende no sólo es el posicionamiento de la institución con la ampliación de los servicios a zonas en donde la gente tiene dificultades para recibir asistencia.

II. PROPUESTAS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN

Hablar de políticas pública ya es de por sí un tema complicado de abordar y hacerlo sobre comunicación, puede resultar verdaderamente arriesgado para el osado que se atreva. Sin embargo en este capítulo se analizan algunas acciones de gobierno que pueden conducirnos primero, a identificar la existencia de políticas dedicadas a la comunicación desde tiempos prehispánicos y segundo, plantear la posibilidad de crear políticas públicas de comunicación en el nivel municipal de gobierno.

Es importante advertir la escasez de material sobre el tema, así como aquéllos vacíos jurídicos en materia de regulación publicitaria que seguramente irán llenándose para lograr incluir, entre las políticas de comunicación, un tema dedicado a la *ecología visual*. Existen discusiones, sin que tengamos avances sólidos aún, sobre la posibilidad de que los Estados y Ayuntamientos Municipales puedan crear mecanismos de regulación e impuestos autónomos, situación que abonaría el camino para la creación de este tipo de políticas públicas.

Como una segunda parte dentro del capítulo, se plantea la posibilidad de concebir al DIF Chicoloapan, desde una perspectiva que permita a quien encabece la institución generar un impacto social con el apoyo fundamental de la comunicación política. Hipotéticamente esta visión futurista consolida al Sistema Municipal DIF Chicoloapan como una institución que sabe resolver demandas asistenciales y ganarse la confianza de la ciudadanía.

Para fortalecer esta intención se pone a disposición del lector un ejemplo práctico de planeación estratégica de la comunicación elaborado en mayo del 2005 por Mario Fdo. García Hernández y aplicado hasta donde los recursos le permitieron hacerlo.

II.1 Políticas Públicas en Comunicación.

Entendidas por varios autores como acciones de un gobierno, las políticas públicas en su estudio y análisis representan cierta complejidad especialmente en el nivel municipal. En años recientes comienzan a considerarse como estrategias para el desarrollo en este nivel gubernamental.

La importancia de una agenda en políticas públicas municipales, responde a una visión sobre el Ayuntamiento no como “agencia administrativa prestadora de servicios públicos o sólo como una instancia local de gobierno”²², también por el impacto de sus interacciones dentro y fuera de su espacio de acción.

El tema es muy amplio y para efectos del presente trabajo se abordarán las políticas públicas en el ámbito de la comunicación. El término aparece en los años sesenta “al calor de una creciente insatisfacción sobre los sistemas nacionales e internacionales de comunicación en muchos países en desarrollo”²³.

Luis Ramiro Beltrán define a la política de comunicación como *un conjunto integrado explícito y duradero de políticas parciales, organizadas en un conjunto coherente de principios de actuación y normas, aplicables a los procesos o actividades de comunicación en un país.*

Una interpretación aceptable de la acción gubernamental es que se trata de “una acción resultante de un entramado institucional y de un conjunto de actores que con diferentes intereses participan en la atención de problemas públicos”²⁴.

Estos intereses se dan en diversos niveles del poder y eso resulta determinante en la asignación de recursos, como de las voluntades para sacar a flote un proyecto institucional. Desafortunadamente los organismos gubernamentales se han politizado mucho en México, lo que impide la aplicación de

²² Cabrero Mendoza, Enrique. *Políticas Públicas Municipales: una agenda en construcción*. CIDE, M.A. Porrúa. México, 2003. p. 26

²³ Bustamante Ramírez, Enrique. “Políticas de comunicación: un reto actual” en Moragas, Miguel de (comp.) *Sociología de la Comunicación de Masas*. Ed. 6.6. p. 126

²⁴ Cabrero Mendoza, Enrique. Op. Cit. p. 17

políticas públicas para el desarrollo de cualquier nivel de gobierno debido a la intervención de componendas políticas.

Una política pública mal plateada es aquella que sólo satisface al protagonismo político de quien la encabeza desde el nivel municipal, donde todavía existe gran sensibilidad a distribuir las diferentes direcciones de gobierno entre aquellas fuerzas políticas que contribuyeron en el triunfo del actual presidente o candidato electo a presidente municipal.

Esta distribución de las funciones municipales disminuye las probabilidades de contar con personal capacitado para desempeñar un cargo específico. Primero se otorgan los acuerdos políticos y después se buscan profesionistas para asesorar a estos representantes que llegan a un puesto de dirección antes pactado.

Existen determinadas áreas de trabajo que por exigencia gubernamental deben estar representadas por profesionales, sin embargo no siempre son ellos los autorizados para intervenir en la toma de decisiones, las cuales en su mayoría, se realizan según el impacto político que puedan tener, antes que un análisis para el desarrollo municipal.

Otro factor que afecta el establecimiento de políticas públicas es su financiamiento. Existen prioridades de la vida pública que a través de los servicios, la administración municipal debe cumplir como la salud, obras, equipamiento e infraestructura, entre otras necesidades.

La decisión de impulsar desde el nivel municipal una política que beneficie a sus gobernados, depende en gran medida del consentimiento de un gobierno al que está supeditado el municipio, que es la administración estatal la cual autoriza o no la coordinación para el financiamiento de ciertas acciones de gobierno municipal derivadas de aquéllas políticas.

De esa manera el municipio debe diagnosticar su capacidad de ingresos propios, para determinar si es conveniente o no impulsar determinada política pública. A menudo los recursos propios del municipio son insuficientes y por ello se

ve obligado a buscar otro tipo de financiamiento ya sea por deuda con organismos no gubernamentales o a través de apoyos estatales y federales cuyas gestiones muchas veces no se logran en tres años de gobierno.

La desventaja para las políticas de comunicación es que existen prioridades financieras para rubros de mayor impacto social, lo cual en el nivel municipal impide que se puedan destinar recursos para este tipo de acciones, cuyos efectos apenas comienzan a ser transparentes para los funcionarios públicos de este nivel gubernamental.

Las políticas públicas existentes en el municipio son aplicadas y entendidas únicamente como *obligaciones cotidianas*: seguridad pública, salud, alumbrado, agua potable, limpieza y recolección de basura, etc. Entre regidores o servidores públicos difícilmente se proponen proyectos distintos a los establecidos en los niveles estatales o federales y por supuesto que las acciones en comunicación quedan limitadas a cubrir los eventos del presidente y publicarlos en periódicos locales.

Una tendencia actual del municipio es asesorarse y fortalecer su planeación estratégica en políticas públicas y “es así como las funciones tradicionales se redimensionan pasando de ser la prestación de un servicio público, a ser la hechura integral de una política pública”²⁵.

Una política pública nos habla entonces de una verdadera planeación integral en la que no sólo se involucran a los servidores públicos, organismos independientes, asociaciones o empresas, también tiene que ver con la formación de estructuras que garanticen su operatividad, mecanismos que se dediquen a la observación, vigilancia y evaluación de las mismas, algo que apenas se vislumbra en el municipio.

Las políticas de comunicación apenas comienzan a desarrollarse en México y tendrían su origen en la llamada comunicación gubernamental. Es decir, una política

²⁵ Ibidem. p. 29

de comunicación parcial como lo sugiere Beltrán sería difundir acciones de gobierno, como parte de una publicidad oficial. Queda claro que la simple difusión de actividades no es una política de comunicación integral pues no cuenta con una planeación cuya visión sea más allá del cumplimiento informativo que debe tener una institución pública.

Un antecedente mexicano como acuerdo para comunicar, informar y tomar decisiones que afectan a un grupo, data desde la peregrinación de los *mexicas* en busca de un territorio para constituirse como fuerza política y militar. Los *mexicas* se agrupaban en siete clanes y eran representados por un líder y un dios.

Ya existían desde entonces los gobernantes y gobernados y podría considerarse como una política parcial de comunicación, la creación de *El Concejo* pues “así formado era la más genuina representación del conglomerado total de los clanes; según parece los jefes o caudillo concurrían al gobierno de la tribu bajo un mismo pie de igualdad”²⁶.

En *El Concejo* se reunían sólo los líderes de cada tribu para hacer propuestas y análisis del rumbo que sus acciones tomarían o en todo caso, evaluar lo que decisiones anteriores habrían provocado. Comunicaban cada uno sus puntos de vista hasta alcanzar acuerdos necesarios para la unidad de las siete tribus o clanes. Una vez aceptadas las estrategias, éstas eran informadas por los jefes a los conglomerados que conformaban su tribu, difundiendo así la determinación. Ello nos habla ya de una acción parcial de comunicación pública.

Entre las tribus que más tarde fundarían el imperio México – Tenochtitlán, establecieron una política informativa pues todas reconocían al que fuera elegido por su dios Huitzilopochtli para anunciar las órdenes del ser divino y cumplirlas de acuerdo a los datos proporcionados a este elegido que en todo caso ejercía funciones de *vocero oficial*.

²⁶ Moreno , Manuel M. *La organización política y social de los aztecas*. México Instituto Nacional de Antropología e Historia. 1962. p. 34

Una vez entregado el mensaje “Cuauhcóatl reunió inmediatamente a los mexicas y les informó lo que había dicho el dios”²⁷. Eso sucedía en el año 1325 de nuestra era con claros indicios de una comunicación gubernamental, pues contaban con un gobernante absoluto, Huitzilopchtli, el cual otorgaba datos informativos a Cuauhcóatl, el vocero oficial, quien a su vez difundía las órdenes a los clanes, gobernados.

La comunicación gubernamental se convierte entonces en una política parcial pública de comunicación. Conocemos gracias a los códices que los pueblos prehispánicos aplicaban políticas públicas para diversos rubros como educación, servicios públicos, proyectos arquitectónicos, economía, cultura y hasta de asuntos jurídicos.

Si estos pueblos tenían estructuras de gobierno bien definidas, es probable que en materia de comunicación, los emperadores aplicaran estrategias no muy distintas de las que se pueden observar en el nivel municipal. Se desconoce el grado alcanzado por el Tlatoani, máximo gobernante, para aplicar estrategias integrales en la materia, pero sin duda, contaban con elementos mínimos de una política parcial de comunicación.

¿Quién informaba a los gobernados las disposiciones del Tlatoani? ¿Cómo se enteraban las demás tribus sobre los tributos que debían otorgar al emperador victorioso? ¿Qué tipo de información era transparente para los gobernados y cuál otra era ocultada? ¿De qué medios disponían para su difusión?

Las obligaciones sociales les eran transmitidas por un *vocero oficial*, ya que los gobernados aguardaban a que “el Huey Calpixqui, que era el Mayordomo Mayor, les hablase y dijese lo que el gran señor o rey (el emperador) ordenaba y mandaba”²⁸.

Son claros los indicios de una comunicación gubernamental básica. El medio para difundir las acciones era la comunicación verbal, representada por el Huey

²⁷ Soustelle, Jacques. Tr. De Carlos Villegas. *La vida cotidiana de los aztecas en vísperas de la conquista*. México, FCE, 1970. p. 21

²⁸ *Ibidem*, p. 56

Calpixqui, así como de mensajeros, que según Bernal Díaz de Castillo “día tras día, noche tras noche viajaban para informar a Motecuhzoma y ser los primeros en decirle la verdad; para corroborar sus afirmaciones entregaban dibujos que representaban los barcos, cañones, caballos y armaduras de los españoles”.

El poder de la comunicación no residía en algún medio impreso o audiovisual como en nuestra era. Los dibujos eran reforzadores de la palabra.

El poder residía en la palabra, pues el “emperador llevaba el título de *tlatoni*, *el que habla*, derivado del verbo *tlatua*, *hablar*; volvemos a encontrar la misma raíz en términos relativos a la palabra, por ejemplo *tlatolli*, *lenguaje*, y en aquello que se refiere al poder, dominio, como *tlatovayotl*, *estado*: los dos sentidos confluyen en la palabra *tlatocan* que designa al consejo supremo, lugar donde se habla y de donde dimana la autoridad. No es pues casualidad que se califique al soberano de *tlatoni*: en el origen de su poder está el arte de hablar, las palabras que se pronuncian en el seno del consejo, la habilidad y la dignidad de esos discursos pomposos y llenos de imágenes que tanto apreciaban los aztecas”²⁹.

Desde entonces este tipo de comunicación gubernamental se ha transmitido en las diferentes etapas históricas de nuestro país, especializándose y evolucionando conforme a las nuevas estructuras del avance en la relación gobernante y gobernados.

El carácter interdisciplinario de la comunicación nos conduce a la idea de que una política pública en la materia, también puede ser multidisciplinaria sin apearse a la “rigidez” con la que se estructuran otras políticas públicas en problemas más complejos y específicos como el desarrollo económico, educación, cultura, etc. Por eso Rangel nos habla de políticas parciales en comunicación que se integran en toda la estructura de un gobierno en cualquiera de sus niveles: municipal, estatal y federal.

²⁹ Ibidem, p. 94

Debido a que la aplicación de políticas de comunicación serían acciones parciales, estarían dando la posibilidad de que no sólo corresponda al Estado, en sus niveles de gobierno, crearlas y aplicarlas, pues entra la posibilidad de que otros organismos cuenten con estrategias de acción comunicativa y cumpliéndose por esta apertura, uno de los pilares de la comunicación: su campo interdisciplinario. Una de las objeciones que los medios independientes hacen hacia las políticas de comunicación es con respecto a la intromisión del Estado para regular el ejercicio de los medios en su nivel impreso, televisivo, de radio y ahora en Internet.

Sin embargo, al centrarse en la parcialidad de este tipo de políticas, podemos abrir una oportunidad que no signifique necesariamente control hacia los medios y por ello se habla de una tendencia a que “el Estado desarrolle su propio sistema de teledifusión y a través de él procurar cumplir las promesas de cultura y educación que los medios comerciales por lo general no cumplen”.³⁰

Conociendo la marginalidad que tienen los gobiernos municipales para poseer frecuencias locales de transmisión radiofónica o televisiva, los intentos de políticas de comunicación estarían enfocados a fortalecer tres aspectos básicos que podrían considerarse fundamentales para este nivel municipal:

- a).- Profesionalizar la Comunicación Gubernamental.
- b).- Regular publicidad en espacios públicos.
- c).- Fomento de una ecología visual.

Profesionalización de la Comunicación Gubernamental Municipal

En el caso específico del municipio de Chicoloapan de Juárez, Estado de México, se considera en el organigrama oficial la apertura de una coordinación de comunicación social a partir del año 2000. Sus funciones se limitaban a crear publicidad sobre los servicios ofrecidos por el Ayuntamiento así como el apoyo al

³⁰ Citado en Políticas nacionales de comunicación; imperialismo cultural; comunicación alternativa y otras propuestas. Resumen y conclusiones. P. 347. Material proporcionado por la profesora Luz Elena Pereyra de la cátedra Comunicación Política. Mayo del 2004

secretario particular de estar al pendiente de la agenda del presidente municipal y hacerle tomas fotográficas para después, exhibirlas en periódicos murales sencillos.

Dentro de estas acciones de comunicación también consideraban la contratación de espacios de publicidad oficial en medios locales como periódicos que difícilmente llegan a manos de los ciudadanos, pues funcionan más como agencias informativas cuyos ejemplares se distribuyen en los Ayuntamientos estatales con los que establecen algún convenio.

En el período 2000 – 2003 del Ayuntamiento Chicoloapense, la coordinación de comunicación social la encabeza por vez primera un pasante de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación egresado de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón de la UNAM, Israel Hernández. La ignorancia de los gobernantes sobre la importancia de la comunicación gubernamental del municipio y el autoritarismo del presidente, marginan las acciones presentadas por este especialista en comunicación reduciéndolas al continuismo mediocre en comunicación gubernamental.

Para el período 2003 – 2006 la coordinación de comunicación social del H. Ayuntamiento chicoloapense es transformada a dirección. La encabezó una mujer egresada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad del Valle de México, Isell Gómez Alvarado.

En este mismo período el sistema municipal DIF Chicoloapan cuenta por vez primera en la historia de la institución con una oficina de comunicación social encabezada por un estudiante de comunicación que iniciaba el quinto semestre por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, Mario Fernando García Hernández.

La profesionalización de la comunicación gubernamental no es sólo contratar a personal capacitado en el desempeño del área, sino el reconocimiento de sus habilidades para tomar decisiones de carácter comunicativo que responda a los intereses tanto de la sociedad como de la administración municipal.

Esta profesionalización incluye la asignación de un presupuesto coherente con las necesidades de difusión que implica la apertura de una dirección de comunicación social. Deben otorgársele facultades al especialista en comunicación para asesorar a las demás direcciones en temas de mensajes, campañas gubernamentales específicas, publicidad, entrevistas, contratación de medios, elaboración de informes, análisis de opinión pública, diseño de imagen, redacción de discursos, organización y evaluación de eventos, etc.

La figura del vocero de presidencia, es parcialmente inexistente. El funcionario sobre el que recaen las tareas en comunicación gubernamental exterior es el secretario general de H. Ayuntamiento y responde más a una estrategia de protagonismo político que de capacidad para crear acciones eficaces de comunicación. El vocero es reconocido únicamente en la comunicación interna del municipio en cuestiones menores como los avisos generales, los memos o información interna.

Un riesgo de esta profesionalización es la incapacidad de los titulados o pasantes en la licenciatura en ciencias de la comunicación para proponer con habilidad, creatividad, dinamismo, estrategia y planeación, acciones de comunicación gubernamental. Si bien los municipios al oriente del Estado de México así como los sistemas municipales DIF y los organismos descentralizados de agua y saneamiento representan fuentes de trabajo para egresados en Ciencias de la Comunicación, no siempre se obtienen resultados completamente óptimos en su ejecución debido a la inexperiencia laboral.

Para los Ayuntamientos la contratación de profesionistas bien experimentados en comunicación gubernamental implica el desembolso de un salario que puede llegar al sesenta y setenta por ciento de lo que gana un regidor mensualmente e incluso estaría por encima de varios directores de área, por lo que representa un gasto que no siempre están dispuestos a cubrir.

Al ejecutar medidas más profesionales en la comunicación, debe considerarse la elección de los medios en que se desea tener una cobertura de las acciones del gobierno municipal. Existen varios medios locales que no cumplen con ciertos

criterios de credibilidad en su información, personal, tiraje, diseño editorial, contenido y distribución.

Estos medios locales representan una fuga importante de dinero para el municipio que no siempre significa una buena inversión mediática. Son medios que no llegan a un número considerable de lectores, sus directores carecen de formación académica, les gusta chantajear y golpean con información sin acreditar sus fuentes, carecen de diseñadores gráficos para tener una imagen aceptable y una correcta distribución o asignación de espacios en sus contenidos, los cuales a menudo presentan errores gramaticales y quienes cubren las noticias se han formado en el oficio sin contar con el mínimo de instrucción académica para desarrollar una labor periodística.

Funcionan estos medios impresos como agencias informativas y su distribución se da a niveles de Ayuntamiento, es decir, son leídos básicamente en las oficinas de gobierno de otros municipios ya que cuentan con ciertos contratos apalabrados que oscilan entre los tres mil pesos mensuales, hasta los diez mil, según el presupuesto asignado por cada administración en el rubro de difusión e información.

El tiraje va desde los cinco mil hasta los quince mil ejemplares quincenales, mensuales o semanales y los reporteros a menudo solicitan comisiones extras para gasolina, papelería o gastos de traslado. Cuando un gobierno municipal decide no contratar los servicios de estos medios locales informales, la respuesta es el llamado periodicazo, el cual contiene información en contra del presidente municipal sin sustento alguno de la misma. Si no se han profesionalizado las decisiones mediáticas en un Ayuntamiento, estos medios informales locales muchas veces logran asustar a los funcionarios públicos quienes creen que estos ejemplares en realidad los lee la comunidad.

Un obstáculo que tendrá el especialista será lograr la contratación de auxiliares que le apoyen en su desempeño, es decir, la tesorería del H. Ayuntamiento difícilmente accederá a contratar a un publicista, diseñador gráfico,

fotógrafo, reportero, redactor y secretaria que conformarían el equipo de personas indispensables para hacer funcionar una dirección de comunicación social.

Una lucha más en este ejercicio de profesionalización, será incorporarse al equipo de personas que toman las decisiones junto con el presidente municipal. En este sistema de gobierno es muy cerrado el círculo de poder por lo que un comunicólogo deberá generar estrategias que primero le den credibilidad en sus acciones para después ser considerado en emitir una opinión con respecto a un conflicto en puerta.

De esta manera, la profesionalización para intentar generar una política parcial de comunicación en el gobierno, deberá ser reconocida, impulsada y respetada por el presidente municipal y su círculo de poder, si desean un verdadero impacto de sus acciones. La apertura que tengan será fundamental en el objetivo de profesionalizar la comunicación entre el gobierno y sus gobernados.

Regular publicidad en espacios públicos

En la *LEY DE COORDINACION FISCAL*³¹ publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de diciembre de 1978 registrando su última reforma el 13 de marzo del año 2002 habla de los derechos locales de Estados y Municipios en el cobro de actividades comerciales o industriales y de prestación de servicios.

Para este trabajo se considerará el inciso g) del ARTÍCULO 10-A del Capítulo II referido al Sistema Nacional de Recaudación Fiscal, que aborda el otorgamiento de:

g) Licencias, permisos o autorizaciones para la colocación de anuncios y carteles o la realización de publicidad, excepto los que se realicen por medio de televisión, radio, periódicos y revistas.

³¹ www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/31.pdf

Entre una serie de precisiones sobre la presentación de este artículo en la Ley, en los párrafos finales se lee “En ningún caso lo dispuesto en este artículo, se entenderá que limita la facultad de los Estados y Municipios para requerir licencias, registros, permisos o autorizaciones, otorgar concesiones y realizar actos de inspección y vigilancia. Para el ejercicio de estas facultades no se podrá exigir cobro alguno, con las salvedades expresamente señaladas en este artículo”. Una de esas excepciones de coordinación fiscal federal es el mencionado inciso g) del Capítulo II, Artículo 10-A.

Lo sentado en la Ley de Coordinación Fiscal abre la posibilidad de regular la publicidad que aparece en espacios públicos del municipio.

A menudo encontramos en los postes de luz, bardas, semáforos, puentes, camellones o botes de basura, volantes, póster, carteles, mantas, pendones, letreros y en general información de diversos sectores anunciando actividades, invitaciones, conciertos, bailes, servicios particulares, ventas, mítines, huelgas, candidatos, etc. Estos espacios de difusión son gratuitos para los anunciantes y aunque la colocación de publicidad en ciertos lugares puede distraer a los conductores y tener probables accidentes, no existen lineamientos de prevención o contratación de los espacios mencionados.

Aplicando medidas de regulación podría evitarse el abuso que algunos anunciantes cometen al publicitarse en espacios públicos como las bardas de particulares que se encuentran ubicadas en zonas donde la circulación del transporte es constante así como el paso de transeúntes. El abuso consiste en pintar su publicidad sin pedir permiso a los dueños o en el caso de autorización, el dueño únicamente la presta sin recibir alguna bonificación.

La falta de regulación en los espacios públicos del municipio puede fortalecer prácticas discrecionales en el cobro de estos lugares. Algunos anunciantes establecen convenios orales con algunos administradores municipales para que les otorguen permisos y lograr publicitarse en postes de luz, bardas, puentes, etc. Esas ganancias van a dar a bolsillos particulares y no a los ingresos regulados de la administración municipal.

Algunos dueños de casas particulares cobran al municipio por dejar anunciarse en sus bardas con una cantidad que ellos determinan y el Ayuntamiento no tiene forma de obtener factura alguna por ese desembolso. Este tipo de política tendría que conciliar con el interés y la disposición de particulares dándoles la opción de rentar sus espacios o no.

Fomento de una ecología visual.

Con una regulación de los espacios públicos se podría establecer el fomento a la *ecología visual*. Ver demasiada publicidad en espacios públicos así como espectaculares en las avenidas principales de circulación genera una contaminación visual que puede causar estrés e incluso por la distracción del tipo de anuncio, los conductores corren el riesgo de provocar accidentes.

Publicistas, pedagogos, diseñadores y algunos investigadores interesados en la materia discuten sobre la posibilidad de que “cierta densidad de impulsos visuales, a partir de un flujo de imágenes, pueda constituir uno de los caracteres del medio ambiente inmediato, en el transcurso de la trayectoria que el individuo sigue a través del espacio y tiempo”.

El ser humano se encuentra cada vez más agobiado por la cantidad de mensajes que recibe así como de las imágenes que interfieren en la trayectoria que realiza en su vida cotidiana, sea caminando o en algún tipo de transporte. ¿En qué grado esta densidad visual provoca efectos en el comportamiento de las personas? ¿Cuál debe ser numéricamente, la cantidad ideal para que esta densidad no provoque consecuencias negativas en el espacio – tiempo en que se mueve el individuo? Son preguntas que están siendo investigadas.

De ahí la referencia sobre el término de ecología visual que sería lo opuesto al de contaminación visual, término definido en LA LEY DE DESARROLLO URBANO Y DIVERSOS ORDENAMIENTOS RELATIVOS AL PAISAJE URBANO EN EL DF, que según en el apartado XII del Artículo 7 se define como la “ Alteración que impide la contemplación y disfrute armónico del paisaje natural, rural y urbano, ocasionando impactos negativos importantes en la percepción visual, por la

distorsión o cualquier forma de transformación del entorno natural, histórico o urbano, que deteriore la calidad de vida de las personas”.³²

Una aproximación para entender el significado de ecología visual desde las políticas públicas de comunicación podría definirse como *el fomento de una cultura visual, la cual debe armonizar el paisaje natural, rural y urbano con la convivencia de las personas, alejándolas de cualquier impacto negativo en su percepción visual, ocasionado por la densidad de anuncios, mensajes, materiales y cualquier otro medio publicitario cuyos fines sea distorsionar ese ambiente*. Esta cultura visual implica reglas sobre obligaciones y derechos de las personas físicas o morales para anunciarse.

En los municipios, como el de Chicoloapan, existe un centro de reunión social permanente llamado plaza cívica, centro histórico o plaza principal. Su arquitectura regularmente armoniza con los edificios que rodean estos centros de reunión social y ante la llegada de empresas comerciales o instituciones financieras, estos lugares resultan altamente atractivos para anunciarse.

Tener espectaculares o publicidad alrededor de la plaza cívica podría romper con la armonía visual del lugar además de invadir espacios considerados de importancia histórica por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). La instalación o modificación de estos edificios para albergar anunciantes podrían dañar estos edificios que permanecen como patrimonios históricos del lugar.

Contaminación visual se tendría al contratar bardas con publicidad permanente al igual que en puentes, postes, contenedores de basura, entrada de lugares públicos como escuelas, lecherías, tortillerías, farmacias, oficinas administrativas del Ayuntamiento, mercados, tiendas, centros comerciales, estaciones de transporte público, etc.

La profesionalización de la comunicación municipal, la regulación de espacios públicos y el fomento de una ecología visual representan opciones para ser

³² LEY DE DESARROLLO URBANO. http://www.pvem.org.mx/2003/diciembre03/rep_asamblea1.htm

consideradas en la elaboración de políticas públicas parciales de comunicación en los Ayuntamientos.

Se puede entender entonces política de comunicación municipal como *una estrategia de acción a corto o largo plazo, que puede contar con tres fines básicos: informativo, jurídico y de control.*

El fin informativo se refiere a la estrategia de difusión que un organismo gubernamental, propone para posicionar el conocimiento de sus acciones en un ambiente receptor. El jurídico tiene que ver con la obligación de una apertura hacia la transparencia y el acceso a la información, así como la regulación de espacios publicitarios. El tercero, de control, es básicamente sobre acciones orientadas a persuadir el ambiente receptor para que sus integrantes cambien de conducta y respondan a los fines que el ambiente emisor desea imponer.

De estos tres objetivos, sólo el de carácter jurídico sería permanente y los dos restantes, parciales.

Estos fines podemos encontrarlos en ciertas épocas de lo que pudiera ser la historia de las políticas de comunicación. Un ejemplo del fin informativo es el Acta Diurna Populi Romani que el romano Julio César propuso al ordenar “que se llevara un diario de todos los actos de populares y del senado y que se publicase” (Suetonio)³³.

Una muestra del carácter jurídico es la Ley que en la materia publica el Senado de la República Mexicana al declarar que “después de 25 años de debatir en torno a la necesidad de hacer efectivo el Derecho a la Información, al menos en su parte del derecho de acceso a la información pública, el 6 de junio de 2002, es publicada en el Diario Oficial la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental (LTAIP)”³⁴

³³ Andrés de Masi, Oscar (compilador). Comunicación Gubernamental. Paidós. Buenos Aires, 2001. p.20

³⁴ Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental. México, Senado de la República. Septiembre 2002. p. 3

La política de comunicación de control es la que más se encuentra en la mayoría de las organizaciones en las cuales el modelo de comunicación de Harold Laswell se aplica.

De esta manera quien ejerce el control de la comunicación decidirá qué tipo de información será difundida; también impondrá el canal por el cual dará a conocer esta información, es decir, elegirá los medios proclives a sus intereses; por supuesto que analizará el tipo de receptores al que la información será destinada y desde luego estudiará muy bien las estrategias a través de las cuales persuadirá a sus receptores para que tomen una posición determinada y con ello lograr el efecto, o cambio de conducta, esperado.

II.2 Prospectiva para el DIF Chicoloapan

El crecimiento de cualquier población siempre trae consecuencias a corto, mediano y largo plazo. Las necesidades sociales y asistenciales particularmente, también incrementan así como los intereses económicos y políticos entre quienes llegan a ser protagonistas o participantes de nuevas problemáticas.

Tener una visión sobre las consecuencias del impacto generado por ese desarrollo local resulta fundamental en la planeación gubernamental de una administración municipal. Recurrir al pasado, evaluar el presente apoyándose en datos, hechos, resultados y en general todo lo que proporcione información precisa de las condiciones en que se inicia una gestión de gobierno, ayuda a fortalecer esa visión del *porvenir*, conjunto de estados posibles de la naturaleza a un plazo más o menos lejano.³⁵

Para acceder al futuro partimos del pasado y del presente, sin embargo, la “prospectiva parte del futuro; concentra la atención sobre el porvenir, imaginándolo a partir del futuro y no del presente. La prospectiva no busca adivinar el futuro sino que pretende construirlo. Lo construye a partir de la realidad, siempre en función de

³⁵ Miklos, Tello, Tomás y Ma. Elena. *Planeación Prospectiva*. LIMUSA, México 2004, p. 39

la selección de aquellos futuros que hemos diseñado y calificado como posibles y deseables”.³⁶

La palabra prospectiva tiene un origen latino. El verbo *prospicere* significa mirar a lo lejos o desde lejos, discernir algo delante de uno³⁷. En el caso del gobierno municipal la construcción de un futuro administrativo tiene algunas ambigüedades. Se debate entre lo posible y lo deseable; entre lo saliente y entrante; metas a corto y mediano plazo; se da una confrontación entre el interés público y el privado, etc.

Después de concluido un proceso de elección popular del nuevo Ayuntamiento local, el presidente municipal electo así como sus regidores y síndico, cuentan con cuatro meses para formar sus equipos de trabajo y asignar funciones específicas a los “nuevos servidores públicos”. Es en esta etapa cuando comienzan las contradicciones.

El debate entre lo posible y lo deseable se presenta cuando el presidente municipal electo desea trabajar de manera distinta a su antecesor porque así lo prometió en campaña. Los ideales con los que logró persuadir a los electores comienzan a esfumarse al darse cuenta de la capacidad financiera y política real que tiene para hacer cumplir lo prometido.

Un panorama completamente distinto aparece en escena. Debe conciliar intereses con los gobiernos superiores al suyo, el estatal y el federal. Tendrá que cumplir con los acuerdos pactados con aquellos personajes que le ayudaron a ganar. Será más complicado despolitizar la administración pública porque es entonces cuando los intereses particulares pretenden imponerse.

De esta manera la construcción del porvenir se complica. En mayor desventaja se encuentran aquellos presidentes electos que no tienen la menor idea de cómo funciona un Ayuntamiento y quienes ya la tuvieron, parten evaluando las

³⁶ Ibidem, p. 16

³⁷ Godet, Michel. *De la anticipación a la acción: manual de prospectiva y estrategia*. México. Alfaomega, 1995. p.1

condiciones en que termina la administración municipal anterior y preparan los cambios.

Estos cambios deberán ser visibles a corto y mediano plazo, pues los tres años que dura una administración municipal son insuficientes para consolidar una duración prolongada de ciertos programas de trabajo, los cuales siempre corren el riesgo de desaparecer o continuar con el mínimo de productividad que les exige el gobierno estatal o federal.

Es decir, visualizar un futuro en la administración municipal resulta más sólido cuando se tiene información de los avances y retrocesos de gobiernos anteriores así como las exigencias en distintos programas locales establecidos por los gobiernos estatales y federales.

Tal es el caso del sistema municipal DIF Chicoloapan que debe cumplir con determinados programas asistenciales delineados en el Sistema DIF Nacional y Estatal entre los que se encuentran Atención Médica, Procuraduría en defensa del menor y la familia, Programa de Asistencia Alimentaria a Menores Escolares (PRAAME), Programa de Asistencia Social Alimentaria a Familias (PASAF), Programa de Atención Integral a la Madre Adolescente (AIMA), Programa de Atención Integral al Adolescente (AIA), Prevención del Alcoholismo y la Farmacodependencia, entre otros.

Aunque el sistema municipal es un organismo público, descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propios, creado por Decreto el 13 de enero de 1977 y que, de acuerdo al artículo 13 de la Ley sobre el Sistema Nacional de Asistencia Social de 1986, es el promotor de la asistencia social, éste debe ligarse con los sistemas estatal y nacional para vigilar el cumplimiento de sus acciones en beneficio de las personas en situación vulnerable.

El futuro de un sistema municipal DIF debe vincularse con el futuro del sistema estatal y federal, afortunadamente éste cuenta con el respaldo legal para tener autonomía en cuanto a las necesidades e intereses de su localidad así como las de sus administradores.

Existen numerosos malentendidos que afectan la credibilidad de la prospectiva debido a la presencia de otros enfoques a través de los cuales se da el estudio del futuro, según Miklos y Tello:

- A) *Proyecciones*: toman algunos datos o eventos del pasado y el presente llevándolos a través de diversos métodos matemáticos, estadísticos, cualitativos – hacia el futuro.
- B) *Predicciones*: se basan en visiones deterministas. Presentan enunciados irrefutables (que pretenden ser exactos) sobre lo que necesariamente habrá de suceder.
- C) *Pronósticos*: representan juicios razonados sobre un asunto importante que se tomará como base de algún programa de acción.
- D) *Previsión* (léase pre-visión, es decir, ver antes): es la apreciación prevista de cierto grado de confianza (probabilidad) de evolución de una magnitud en un horizonte dado.³⁸

La prospectiva es un ejercicio de planificación que según R. Ackoff, consiste en idear un futuro deseado, así como los medios reales para llegar a él. La percepción de los enfoques anteriores presenta al futuro como algo incierto y múltiple. La prospectiva se preocupa más por conocer varios futuros, así como estudiarlos, evaluarlos y seleccionar el más conveniente dentro de lo factible.

Para el hombre: en tanto *ser pensante*, el futuro se encuentra en el campo de la incertidumbre – la prospectiva le ayuda a conocerlo mejor; como *ser sensible*, el futuro se ubica en el campo de sus deseos y aprehensiones – la prospectiva le ayuda a vislumbrarlos y a concretarlos; y como *ser actuante*, el futuro se sitúa en el ámbito de su libertad y voluntad – la prospectiva lo pone a su alcance.³⁹

Un ejemplo *cotidiano* de la diferencia entre la prospectiva y los enfoques mencionados es la economía familiar. Una persona desea comprarse ropa y si recurre a los estudios del futuro tendría las siguientes opciones:

³⁸ Ibidem, p. 13

³⁹ Miklos, Tello. Op. cit. p. 21

- A) Si recurre al pasado y presente (enfoques anteriores), sabría que sus ahorros (pasado) e ingresos actuales (presente) sólo le alcanzarían para comprarse un cierto número de prendas y probablemente se quedaría con las ganas de adquirir otras.
- B) Si recurre a la prospectiva sabría que existe la posibilidad de adquirir un crédito (futuro) que le permita comprar el número de prendas que desee, además de ocupar sus ahorros o actuales ingresos y así “planificar” la distribución de sus gastos. Lo importante es que sabría lo probable, posible y deseable que logrará adquirir. Desde este momento, su presente ya cambió.

En México la planeación presenta dificultades por los intereses políticos que algunos grupos en el poder tratan de imponer cuando se trata de obtener recursos y echar andar sus proyectos. No importa tanto el qué como el quién, es decir, la herencia presidencialista del sistema político mexicano llevó a los presidentes municipales a que apoyaran a su gente sin importar mucho el *qué* harían en un cargo.

En el *sector público*, la planeación se perfila de la siguiente manera:

- 1.- La prioridad de la planeación se centra en la solución a problemas de orden cuantitativo.
- 2.- Existencia de reacción más que de previsión y creación.
- 3.- Brecha cada vez mayor entre la planeación y la operación.
- 4.- Escasa participación y comunicación.
- 5.- Tendencia a la centralización.
- 6.- Dificultad para armonizar la planeación con tareas de control administrativo y financiero y con estructuras organizacionales poco flexibles.
- 7.- Desconocimiento o indiferencia hacia el proceso y producto de la planeación.
- 8.- La planeación estratégica debe influir de arriba hacia abajo y la táctica a la inversa, con pocos puntos de contacto y de índole administrativa,⁴⁰

Elementos básicos de la prospectiva:

- a) *Visión holística:* conseguir un futuro deseable requiere el análisis de las cosas que interactúan en un sistema, en este caso del Sistema Municipal DIF

⁴⁰ Miklos, Tello, Op. cit. p. 135

Chicoloapan y comprender que “el desempeño del sistema depende críticamente de lo bien que las partes ajusten y trabajen entre sí, y no solamente de la forma en que cada una trabaje cuando se le considere por separado”.⁴¹

- b) *Creatividad*: el futuro debe crearse con imaginación. Mauro Rodríguez, entiende la creatividad como la capacidad de dar origen a cosas nuevas y valiosas y de encontrar nuevos y mejores modos de hacerlas. Independientemente de la originalidad de los escenarios planteados, la prospectiva impulsa el desarrollo de la creatividad, ya que ésta generalmente se da como una respuesta a una inquietud específica, a un deseo de encontrar solución a algún asunto que se plantea como desafío.⁴²
- c) *Participación y Cohesión*. El objetivo es lograr consenso entre quienes estarán involucrados en la planeación, intercambiar puntos de vista, confrontarlos, discutirlos, llegar a un acuerdo donde el futuro más rentable sea aceptado por todos y la cohesión los hará responsables de cualquier decisión que afecte al sistema.
- d) *Preeminencia del proceso sobre el producto*. Se refiere al estudio detallado de lo que nuestro producto futuro ofrecerá al final de su creación, es decir, en el proceso hay riesgos de exactitud y precisión del diseño que vemos por delante. Desde luego el equipo destinado a ello, tendrá diferentes propuestas futuras, de las cuales sólo serán elegidas las que mayores probabilidades de éxito tengan.
- e) *Convergencia – Divergencia*. La ventaja de crear un grupo heterogéneo que diseñe futuros deseables permitirá confrontar (divergencia) ciertas ideas que fortalezcan durante el proceso, los futuros deseables, aquéllos con los que todos estén de acuerdo en impulsar (convergencia).

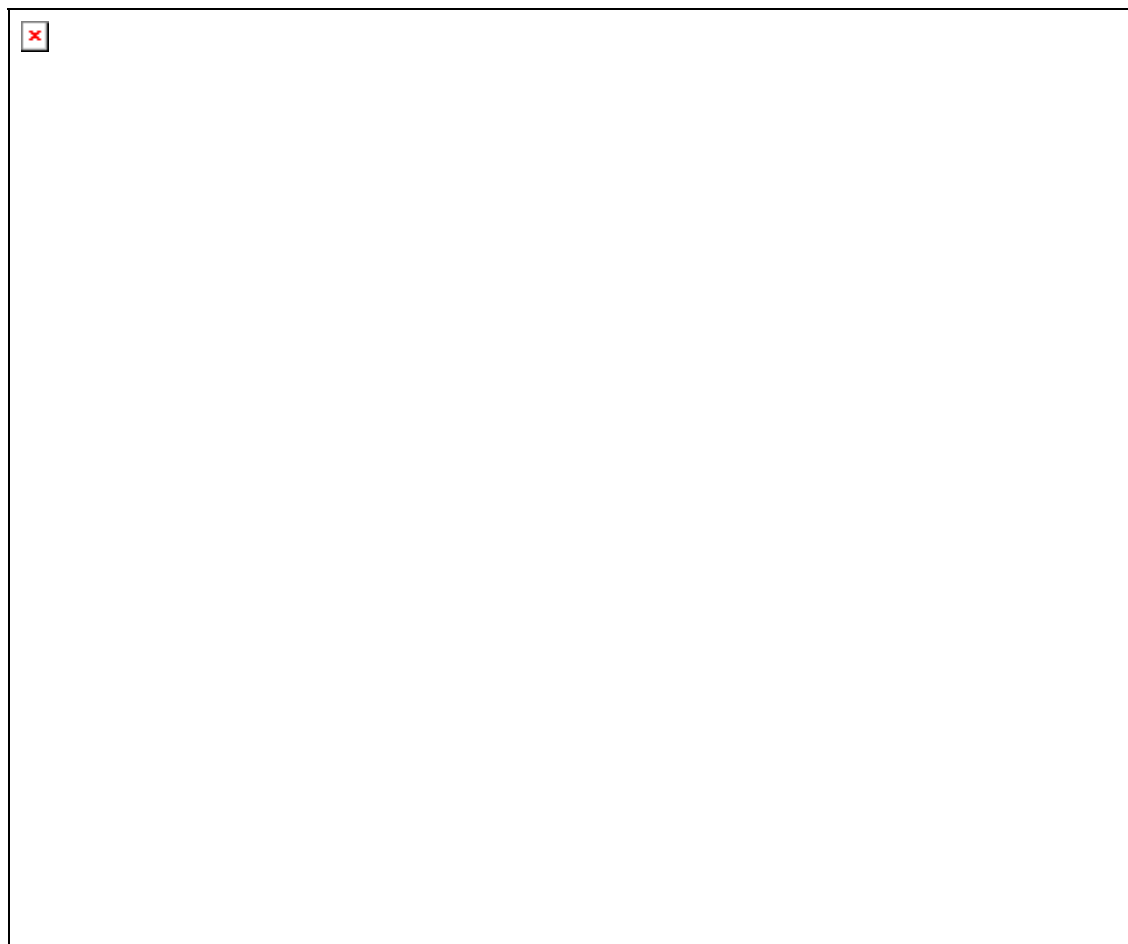
⁴¹ Ackoff, Ruseel. Rediseñándole futuro. LIMUSA, México, 2004. p.18

⁴² Miklos, Tello. Op. Cit. p. 74

- f) *Finalidad constructora*. La prospectiva se ubica en el lugar desde el que un pequeño grupo de personas contempla la realidad y decide intervenir para modificarla (Sachs, Vladimir). Lo ideal de un futuro deseable es que logre trascender a los cambios administrativos, a los intereses políticos y avanzar para consolidarse en el corto, mediano y largo plazo.

De acuerdo con la metodología de W. Sachs, Miklos y Tello han complementado las llamadas fases de la prospectiva, las cuales interactúan de manera permanente:

METODOLOGÍA PROSPECTIVA



Fuente: Miklos, Tello, Tomás y Ma. Elena. *Planeación Prospectiva*. LIMUSA, México 2004, p. 80

a) Fase normativa

En esta fase surgen nuestras expectativas del futuro que deseamos. Al idealizarlo se toma conciencia de las responsabilidades que cada miembro

participante debe asumir. En ella también se presenta la posibilidad de analizar el futuro que tendremos si se continúa en la misma dirección presente. El proceso del diseño de un futuro idealizado para un sistema público o privado, conlleva los siguientes cinco resultados importantes: ⁴³

Primero: Las personas involucradas se muestran interesadas en la planeación del futuro. No es necesaria una experiencia previa por lo que fácilmente profundizan en la crítica del sistema de manera constructiva.

Segundo: La idealización se interesa en los fines, no en los medios. Se da una concordancia entre participantes e interesados aparentemente antagonistas.

Tercero: Se facilita el desarrollo del consenso, se reformulan objetivos de la organización de forma progresiva.

Cuarto: Se da un análisis de las restricciones autoimpuestas, de manera que puedan modificarse de manera exitosa debido a la toma de conciencia de cada involucrado en el proyecto.

De esta forma la planeación se dinamiza al entender que las partes de un sistema, como el sistema municipal DIF Chicoloapan, al considerarlas como un conjunto de trabajo, pueden ser más productivas que si lo hacen por separado. La planificación no se preocupa por hacer lo que parece posible, sino por hacer posible lo que inicialmente parece imposible.

b) Fase definicional.

En ésta se intenta responder a las preguntas ¿cómo es el presente? ¿cuáles son sus principales características? ¿cuáles y cómo son sus interacciones?. Consiste en la percepción de la realidad. Esta percepción según Sachs incluye tres elementos: lo que es de interés primordial (objeto focal), lo que influye en lo anterior (medio ambiente) y lo que puede controlar el tomador de decisiones. ⁴⁴

⁴³ Ackoff, Ruseel. Op. Cit. pp.- 38-39

⁴⁴ Miklos, Tello. Op. Cit.p. 84

c) *Fase de confrontación.*

Aquí se confrontan las dos fases anteriores y se llega a un punto intermedio. El presente y el futuro se confrontan para obtener deducciones, planteamientos, estrategias y revaloraciones que hagan posible el posicionamiento del futuro deseado a un tiempo presente. Esta fase implica la síntesis de imágenes (deseable, lógica y real) con el objeto de proporcionar una guía de valores para la determinación estratégica.⁴⁵ Se analizan aquellas potencialidades, riesgos u obstáculos para lograr la imagen el futuro diseñado.⁴⁶

d) *Fase de determinación estratégica y factibilidad.*

La factibilidad y el carácter de las estrategias, son elementos que se desarrollan en esta etapa. Modificaciones, ajustes, reinterpretaciones y congruencia en el diseño de los futuros deben analizarse para elegir el camino más adecuado que conduzca a ese porvenir deseado. El futuro deseable considera el entorno para que éste se convierta en factible. Los instrumentos, variables, estrategias y participación, se adaptan según los cambios que registre el proceso del futuro en formación. La retroalimentación de ideas creativas permite ir innovando los cambios o adaptaciones probables que el futuro requiera.

Se ha descrito hasta el momento características, elementos y fases de la trayectoria prospectiva. Ahora abordaremos el campo técnico, la metodología para elaborar futuros probables en un sistema municipal para el Desarrollo Integral de la Familia – Chicoloapan. La mayoría de los investigadores de prospectiva, agrupan los instrumentos metodológicos en dos categorías:

- A) Técnicas llamadas subjetivas, informales o cualitativas, y
- B) Técnicas objetivas, formales o cuantitativas.

De acuerdo con Miklos y Tellos, las técnicas cualitativas son aquellas que priorizan el uso de información subjetiva con base en la experiencia y en la intuición de los expertos y de los involucrados directa o indirectamente en el estudio; y como cuantitativas, aquellas técnicas formales en las que se obtiene y analizan la información mediante procesos y métodos matemáticos.

⁴⁵ Ibidem, p. 84

⁴⁶ Ibidem, p. 87

Técnica de Escenarios.

El presente trabajo propone esta técnica para intentar un ejercicio de prospectiva en el Sistema municipal DIF Chicoloapan. El escenario es “un conjunto formado por la descripción de una situación futura y el devenir de los acontecimientos que permiten pasar de la situación actual a una situación futura”.⁴⁷

El objetivo básico de los escenarios es el de integrar el análisis individual de tendencias, posibles eventos y situaciones deseables, dentro de una visión general del futuro. La idea fundamental es que un grupo de participantes coopere en la construcción de una o varias imágenes del futuro.⁴⁸

Los escenarios deben presentar características entre las que destacan ser: hipotéticos, integrales, relevantes, creíbles, útiles y comprensibles. Los escenarios según Miklos y Tello poseen un procedimiento que corresponden a las cuatro etapas de la prospectiva, es decir, las fases y la técnica de escenarios facilitan la construcción del futuro deseado.

Procedimiento:

- 1.- Determinación de los sectores a estudiar. (Fase I)
- 2.- Análisis del desarrollo de los sectores. (Fase II)
- 3.- Formación de escenarios alternativos. (Fase III)
- 4.- Descripción de la interacción de las tendencias y eventos para diseñar el futuro. (Fase IV)

Existen varios sectores del sistema municipal DIF Chicoloapan que pueden plantearse para crear escenarios futuros como las áreas de: discapacidad, adultos mayores, madres solteras, jóvenes, etc. Los siguientes cuadros son un esbozo de prospectiva para el DIF que pueden beneficiarlo para marcar una independencia en la toma de decisiones del Ayuntamiento y su presidenta (e) fortalezca su autonomía, situación que le permitiría generar simpatías de carácter social y hasta políticas.

⁴⁷ Godet, Michel. *Op. Cit.* p. 371

⁴⁸ Miklos, Tello. *Op. Cit.* p. 119

MODELO DE PROSPECTIVA PARA EL DIF

FASE NORMATIVA

FUTURO QUE DESEAMOS

Que el DIF Chicoloapan sea:

- Líder en el municipio que cuente con servicios asistenciales de calidad a bajo costo.
- Capaz de incrementar el número de personas beneficiadas en situación vulnerable.
- Efícaz en aumentar la productividad del servidor público.
- Una institución confiable, responsable y de resultados.
- Comprometida con el acceso a la información
- Un espacio de promoción informativa, cultural, y deportiva.

FUTURO DESEADO

El DIF Chicoloapan es:

- Una institución que cuenta con una gran credibilidad por los servicios asistenciales que ofrece.
- Una institución en la que los servidores públicos son responsables de su trabajo; las personas reciben un trato amable y siempre dan soluciones a sus problemas.
- Competitivo con respecto a otros sistemas municipales del Estado de México.
- Un espacio que genera beneficios de alto impacto Político-social para su directora o presidenta.

FASE DEFINICIONAL

NUESTRO PRESENTE

Que el DIF Chicoloapan es:

- Incapaz de ofrecer servicios de calidad a bajo costo.
- Dependiente de la toma de decisiones en el Ayuntamiento con respecto a sus programas.
- Grís en su imagen así como la confianza que la Comunidad le tiene, es decir, no existe credibilidad alguna.
- Un lugar cuya percepción la población es de ineficacia.
- El lugar donde ningún servidor público quiere trabajar, lo consideran como un castigo en caso de ser asignados ahí.
- Limitado en la cantidad de actividades realizadas.

LA REALIDAD es porque:

El DIF Chicoloapan no:

- Cuenta con profesionistas experimentados en cada área de trabajo.
- Tiene un presupuesto que le permita mejorar sus condiciones de cobertura asistencial
- Posee un área de comunicación social que le permita diseñar un cambio de imagen insitucional a pesar de sus limitaciones.
- Produce resultados en la productividad laboral y asistencial.
- Hay emotividad en el ambiente de trabajo no empatía hacia la sociedad.

Fuente: Cuadro elaborado por el autor de esta tesis.

Es importante decir que estos recuadros únicamente presentan opciones que podrían estudiarse con mayor profundidad en la creación de un proyecto prospectivo para el sistema municipal DIF Chicoloapan.

MODELO DE PROSPECTIVA PARA EL DIF

FASE DE CONFRONTACIÓN

FUTURO Y REALIDAD

Que el DIF Chicoloapan enfrentaría::

Recortes presupuestales para la profesionalización y cobertura de los servicios asistenciales.

Resistencia a que el sistema sea independiente de las decisiones del Ayuntamiento.

Ignorancia u oposición de los empleados para capacitarse y ofrecer un mejor servicio

Incertidumbre en caso de que se acepte el cambio de la institución y ésta podría detener las iniciativas.

Ineficiencia de algunos trabajadores para dar resultados
Pues nunca se les ha presionado a ello.

CONVERGENCIA

El DIF Chicoloapan requiere:

Al igual que el Ayuntamiento, credibilidad y calidad en los servicios.

Beneficiar al mayor número de personas en situación vulnerables, algo que el Ayuntamiento no puede abarcar del todo.

Concientizar a los tomadores de decisiones del Ayuntamiento para que le otorguen confianza y haga productivos cada departamento del sistema.

El reconocimiento del ciudadano para capitalizar esa confianza, al igual que el Ayuntamiento, en tiempos Políticos.

FASE DE DETERMINACIÓN ESTRATÉGICA Y FACTIBILIDAD

CONSTRUCCIÓN DEL FUTURO

Que el DIF Chicoloapan debe:

Cabildear con el Ayuntamiento para otorgarle el máximo recurso de participación que le corresponde a un sistema municipal y echar andar proyectos.

Posicionar su imagen como una verdadera transformación entre los ciudadanos.

Capacitar a sus empleados para ofrecer servicios y atención de calidad.

Tener una misión y visión muy claras de querer ser competitivo en cobertura de servicios con otros sistemas Municipales del estado

ESTRATEGIAS FUTURAS

El DIF Chicoloapan insistirá en:

Ser ejemplo de atención y beneficencia.

Generar un impacto mediático que lo posicione y lo convierta "en la envidia" de otras dependencias.

Buscar asesoría para proyectos de mayor impacto.

Dignificar el papel de las mujeres en la vida política-asistencial.

No permitir injerencias que afecten el desarrollo del Progreso.

Fuente: Cuadro elaborado por el autor de esta tesis.

II.3 Planeación estratégica de la comunicación.

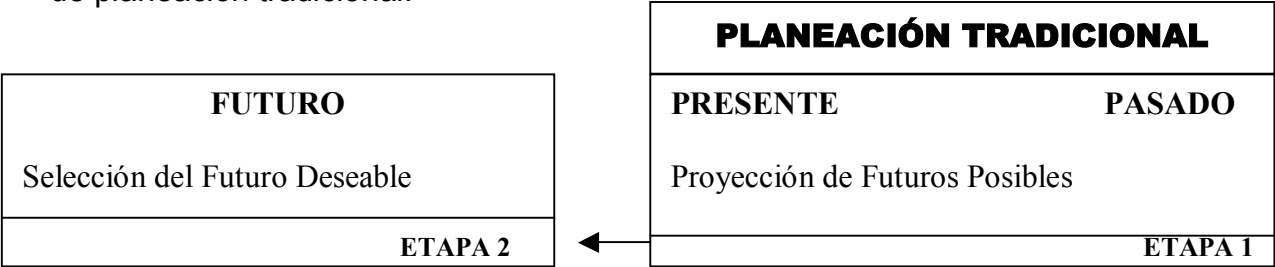
Algunas propuestas prospectivas anteriores se desprenden de las reacciones que tuvo el impacto mediático local creado por la coordinación de comunicación social del DIF Chicoloapan entre agosto del 2003 y abril del 2005. Este impacto mediático local se refiere a las estrategias básicas de posicionamiento para difundir

la imagen de una institución, es decir, el uso por limitaciones económicas de medios locales como un órgano informativo institucional, volantes, carteles, perifoneo así como eventos que significan en lo municipal, trascendentes.

¿Cómo podrían aplicarse estrategias de comunicación, a través de la planeación para que el DIF fortalezca su carácter asistencial? Cualquier trabajo de planeación requiere un diagnóstico previo el cual permita ir considerando puntos de interés estratégico y lograr el objetivo deseado. Para Ackoff la planeación es la toma anticipada de decisiones, las cuales exigen las condiciones siguientes:

- a) La planeación es necesaria cuando el hecho futuro que deseamos implica un conjunto de decisiones interdependientes (sistemas de decisiones).
- b) La planeación es algo que se lleva a cabo antes de efectuar una acción (toma anticipada de decisiones).
- c) La planeación es un proceso que se dirige hacia la producción de uno o más futuros deseados y que no es muy probable que ocurran a menos que se haga algo al respecto (prospectiva y acción).

El titular de la coordinación de comunicación social del DIF Chicoloapan período 2003 – 2006 concluía el cuarto semestre de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM cuando se encargó de crear estrategias de comunicación a futuro apoyándose en el método de planeación tradicional:



Fuente: Miklos, Tello, Tomás y Ma. Elena. *Planeación Prospectiva*. LIMUSA, México 2004, p. 60

su propuesta de comunicación, que originalmente haría al candidato electo presidente municipal, quien después enviaría al estudiante a operar por vez primera una coordinación de comunicación social al DIF Chicoloapan nativo de Chicoloapan, el estudiante de comunicación planteó algunas ideas de trabajo basadas en la anticipación intuitiva, la cual “por lo general, se desarrolla en la mente de una

persona; puede o no resultar en una serie de planes escritos; casi siempre tiene una perspectiva de tiempo relativamente corta en el pasado al igual que un tiempo de reacción; está basada en la experiencia obtenida en el pasado, en el instinto, el juicio y el pensamiento de reflexión...”⁴⁹

**IDEAS* PROYECTO COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CHICOLOAPAN 2003 – 2006**

COMUNICACIÓN SOCIAL

- PERIÓDICO MUNICIPAL
- COMUNICADOS DE PRENSA
- PROGRAMA DE INFORMACIÓN CIUDADANA COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA.
- EVALUACIÓN MENSUAL DE SERVIDORES PÚBLICOS.
- PROGRAMA DE COMUNICACIÓN INTERNA MUNICIPAL
- USO DEL INTERNET COMO FUENTE INFORMATIVA MUNICIPAL.

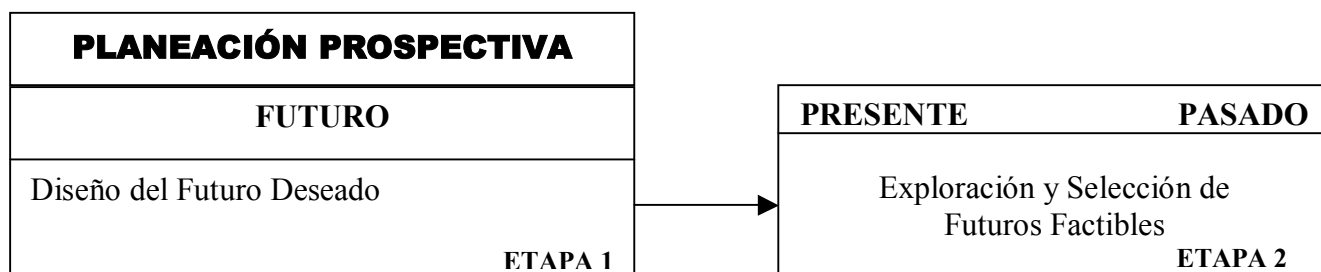
PROGRAMAS DE APOYO A CULTURA Y EDUCACIÓN .

- BIBLIOTECA MUNICIPAL
- LIBRERÍA MUNICIPAL.
- CINE CLUB
- CENTRO MUNICIPAL DE IDIOMAS, CÓMPUTO E INTERNET.
- PROGRAMA DE FOMENTO ACADÉMICO
- CLASES DE PINTURA EN EL KIOSCO MUNICIPAL

*

Proporcionadas por el coordinador de comunicación social del DIF

A través del recuadro queda evidente la inexperiencia y falta de conocimiento para crear ideas con mayor solidez, pero sobre todo, un programa integral de comunicación local para un sistema DIF municipal. Es importante enriquecer estas propuestas con un modelo de planeación adecuado al DIF e intentar alejarse de los modelos tradicionales y dar paso a la planeación prospectiva.



Fuente: Miklos, Tello, Tomás y Ma. Elena. *Planeación Prospectiva*. LIMUSA, México 2004, p. 60

⁴⁹ Steiner, George A. *Planeación Estratégica*. CECSA, México, 2004, p. 16

El concepto de planeación prospectiva fue elaborado por autores franceses en su afán por encontrar una estrategia original que permitiese dirigir la reconstrucción de la posguerra y alentar el desarrollo de su país. Otros autores han empleado conceptos similares al francés para designar este tipo de planeación. Ackoff usa el término de “planeación interactiva”. Ozbekhan escribe sobre “planeación normativa” y Friedman habla sobre “planeación transactiva”⁵⁰.

El documento presentado por el universitario en agosto del 2003 a la dirección del DIF Chicoloapan, fue un programa llamado Difusión Integral* cuyo contenido se resume en lo siguiente:

“Objetivos:

- 1.- Dar a conocer a través de la difusión, las actividades que el Sistema Municipal DIF Chicoloapan realiza.
- 2.- Aumentar la cobertura informativa para tener mayor población informada.
- 3.- Reforzar los datos informativos que se difunden con otro tipo de medios.

El programa consiste básicamente en aplicar una estrategia de difusión institucional cuyos elementos son el cartel, el volante, la pinta de barda, sondeos de opinión, el órgano informativo y las notas periodísticas. Se denomina integral porque se eligen determinadas comunidades en donde circulará la información y en ellas se distribuyen cierta cantidad de carteles, volantes, órganos informativos, así como la pinta de barda por cada comunidad visitada con los servicios que ofrece la institución y la aplicación de sondeos de opinión de acuerdo a los intereses de la institución.

Esto se llevará a cabo mensualmente en distintos lugares, y una vez cubierta aquellas zonas, probablemente se reprogramen para una tercera y hasta cuarta distribución informativa. Las notas periodísticas se redactarán para enviarse a Comunicación Social del H. Ayuntamiento para su respectiva difusión en medios locales y en su caso en nacionales. Esta última iniciativa es por la falta de asignación de presupuesta para esta coordinación referente a la compra de espacios

⁵⁰ Miklos, Tello. Op. Cit. p. 60

* Nombrado así por el coordinador de comunicación social del DIF: Mario F García Hdez.

publicitarios en medios impresos. Este planteamiento será aplicable durante seis meses y si el proyecto piloto resulta un éxito, se continuará así.”

Esta propuesta se limita a lo básico de la comunicación en un municipio para difundir información institucional. No proyecta cambios, ni existe una planeación más allá de seis meses, sin embargo observaremos cómo estas estrategias limitadas, provocaron un efecto importante en la comunidad. La coordinación aplicó en mayo del 2004 un sondeo muy sencillo y el cual, sin embargo, arrojó resultados que redefinirían las estrategias dirigidas a lograr un impacto mediático mayor sobre los éxitos asistenciales.

PRIMER SONDEO DE OPINIÓN DEL DIF CHICOLOAPAN
Coordinación de Comunicación Social

1.- ¿Conoce las instalaciones del DIF Chicoloapan? Sí NO

2.- ¿Cómo calificaría la calidad de los servicios que se otorgan en el DIF?

a) Excelente B) Buena c) Regular d) Mala e) No contestó

3.- Considera que el trabajo y prestigio del DIF han:

a) Aumentado b) Disminuido c) No contestó

En caso de responder el inciso a) preguntar:

4.- Desde cuándo han aumentado:

a) Un año b) Tres años c) Seis años d) No contestó

5.- Podría mencionarme algunos de los servicios que otorga el DIF Chicoloapan.

a) Dentista b) Médico Voluntariado c) Trabajo Social d) Asesoría Jurídica
e) Atención Adultos Mayores f) Atención Pre-Hospitalaria g) Huertos
h) Atención Psicológica i) Despensas j) Manualidades k) Desayunos
l) Talleres Oftalmólogo m) Ginecología n) Pediatría

El sondeo se aplicó a 400 personas en cinco colonias del municipio de Chicoloapan encuestando a 80 personas en cada colonia. De estos cuestionarios sólo 363 fueron contestados. Sin considerar márgenes de error o tener algún control metodológico del mismo, se obtuvieron los siguientes resultados.

RESPUESTAS AL PRIMER SONDEO DE OPINIÓN DEL DIF CHICOLOAPAN		
1.- Ubican las instalaciones de DIF	SI	87%
	NO	13%
	Excel.	5.00%
2.- Calidad en los servicios.	Buena	53%
	Regular	29%
	Mala	3.60%
	No contestó	9.60%
3.- Consideran que el trabajo y Prestigio del DIF han...	Aumentado	71.30%
	Disminuido	11.80%
	No contestó	16.80%
	<i>Desde hace un año</i>	42.40%
4.- Han aumentado ...	<i>Desde hace tres años</i>	25.60%
	<i>Desde hace seis años</i>	6.60%
	<i>No Contestó</i>	25.30%
	<i>Médico</i>	59.70%
Los servicios que identifican son:	<i>Dentista</i>	54.80%
	<i>Atención Psic.</i>	20%
	<i>Asesoría Jurídica</i>	15.70%
	<i>Despensas</i>	14.80%
	<i>Trab.Soc.</i>	13.20%
	<i>At. Adultos Mayores</i>	6%
	<i>Talleres</i>	3.90%
	<i>At. P.Disc.</i>	3.60%
	<i>Huertos. Fam.</i>	2.50%
	<i>Voluntariado</i>	1.60%
	<i>Oculista</i>	1.40%
	<i>Manualidades</i>	0.80%
	<i>Ginecología</i>	0.50%
	<i>At. Pre. Hosp.</i>	0.50%
	<i>Pediatría</i>	0.20%
<i>Fuente: Coordinación de Comunicación Social</i>	Desayunos	0%
<i>Del DIF Chicoloapan. Mayo de 2004</i>	No saben	10%

A nueve meses de iniciada la estrategia de comunicación, un 71.30 por ciento asegura que la calidad y el prestigio del DIF aumentaron en un año. Dato significativo para una coordinación de comunicación que tenía ideas básicas de generar impacto mediático y para una institución que no figuraba entre la sociedad la cual consideraba que ofrecía servicios de baja calidad antes de agosto del 2003. Después de nueve meses los encuestados consideraron en un 53 por ciento que los servicios ahora resultaban ser buenos.

Con estos datos y algunos testimonios obtenidos con respecto a la idea que las personas tenían del DIF y de su presidenta, se puede proponer una planeación considerando los recursos limitados de la coordinación para su operación y lograr un impacto mayor para los fines que se buscan.

El profesor Felipe Chao Evergengy, actual director de comunicación social del Instituto Federal de Acceso a la Información (IFAI), en la cátedra de Planeación Estratégica y Comunicación que imparte en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM dentro del Sistema de Universidad Abierta, proporciona tres modelos de planeación prospectiva que pueden implementarse tanto en el sector empresarial como en el sector público.

En las siguientes páginas se muestran cuadros representativos de cada modelo. Alguno de ellos puede integrarse a nuestra planeación prospectiva la cual puede enriquecerse y obtener un proyecto funcional a corto, mediano y largo plazo.

MODELO DE MAURICIO GUERRERO PARA EL SECTOR EMPRESARIAL

FASE	ETAPA	ASPECTOS	FASE	ETAPA	ASPECTOS
1	DIAGNÓSTICO	ESCENARIO COMUNICOLÓGICO ¿Qué tenemos? ¿Qué debemos tener? ¿Qué argumentos vamos a utilizar? ¿A qué públicos queremos llegar? ¿Por qué medios lo vamos a hacer?	2	DISEÑO	CONCEPTO RECTOR Definición del concepto rector. Temas que de él se deriben. Identidad que se manejará. Estilo a usar: dirigirse con respecto o tutearse; estilo cálido, frío o de acercamiento.
FASE	ETAPA	ASPECTOS	FASE	ETAPA	ASPECTOS
3	OPERACIÓN	PROGRAMA DE TRABAJO Definir el inicio de nuestro plan. Establecer el final del mismo. Calcular tiempos de acción. Prever inconvenientes que retrasen o aceleren nuestras estrategias de acción.	4	EVALUACIÓN	LO OBTENIDO ¿Qué programé y qué obtuve? Detección de obstáculos, tropiezos facilidades. ¿A quiénes y qué se involucró en lo planeado? Retroalimentación del diagnóstico

Modelo proporcionado por Felipe Chao Evergengy. Cátedra de Planeación Estratégica de la Comunicación en la FCPyS de la UNAM. Mayo de 2005

MODELO DE SHERING - FERGUSON PARA EL SECTOR PÚBLICO					
FASE	ETAPA	ASPECTOS		ETAPA	ASPECTOS
1	POLÍTICAS O TEMAS QUE GENERAN DEBATE	Todo aquello que pueda afectar nuestra misión.	6	TEMAS Y MENSAJES	Concepto rector. Definir mensajes de acuerdo al tema.
2	AMBIENTE EXTERNO	Opiniones fuera de la institución. ¿Quiénes me conocen? Monitoreos de opinión pública. ¿Qué piensan de mí?	7	PRIORIDADES DE LA COMUNICACIÓN	No confundir lo urgente con lo importante.
3	AMBIENTE INTERNO	Conocer la percepción. ¿Cómo se siente el empleado? ¿Existe compromiso? Investigar si sería capaz de abandonar la empresa. ¿Existe sentimiento de pertenencia?	8	CONSIDERACIONES ESTRATÉGICAS	¿Quién me ayuda y quién me estorba? ¿Qué grupos me pueden servir? Mapeo de actores. Coordinarse con otros organismos .
			9	CONSULTAS	Monitoreo de opinión pública.
4	VENTANAS DE OPORTUNIDAD	Actividades que no perteneces a nuestro ámbito de acción que cambie la percepción de la gente.	10	INDICADORES DE DESEMPEÑO	Medición de logros a corto y largo plazo. Objetivos medibles.
5	OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN	Influencia cognoscitiva. (Que me conozca) Cambio de actitud. (Cambiar lo negativo) Cambio del comportamiento. (Persuadir de forma positiva)	11	RECURSOS FINANCIEROS	Elaboración del presupuesto. Transparencia en los recursos asignados.

Modelo proporcionado por **Felipe Chao Evergency**. Cátedra de Planeación Estratégica de la Comunicación en la FCPyS de la UNAM. Mayo de 2005

MODELO MIXTO DE FELIPE CHAO			Ambos Sectores
FASE	ETAPA	ASPECTOS	
ANÁLISIS	CONTEXTO	Político, legal, cultural y social en el que me voy a mover.	
		Búsqueda de información .	
	DIAGNÓSTICO	A) ¿Qué está ocurriendo? Análisis de situación , mapa de sucesos actuales; permite ordenar.	
		B) ¿Por qué ocurrió esto? Problemas de causa y efecto: observar y comprender.	
C) ¿Qué nos espera más adelante? Análisis de problemas potenciales que pueden ocurrir si no se actúa; lo que nos espera más adelante.			
D) Curso de acción: análisis de elección.			
		¿A qué públicos queremos llegar? Detectar cómo son, cómo se comportan, sus expectativas; sexo, edo civil, edad, nivel económico; nivel educativo, creencias,ocio.	
		Comportamiento político, hábitos de consumo de información.	
PLANIFICACIÓN	ESTRATEGIAS PARA ESTABLECER LOS OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	A) Cohenrencia. Qué hemos hecho nosotros y qué han echo los enemigos.	
		B) Diferenciación: Cómo seré diferente de los demás. Una ventaja con respecto a las otras posiciones.	
		C) Determinar Imagen y Temas. Reglas básicas de la propaganda:	
		Simplificación. Ser breves.	
		Slogan acompañado de un símbolo.	
		Enemigo único: centrar mis ataque.	
		Exageración y Desfiguración. Cómo exageramos y qué minimizamos.	
		Orquestación: mensajes coordinados con un solo emisor de los mismos.	
		Transfusión: contagio, unanimidad; gpo permeado que arrastre a todos.	
EJECUCIÓN	PLANEAR LAS ACCIONES	Definir tipo de campaña.	
		Inicio y fin de la misma.	
		Definir plan de medios.	
		Cobertura, impacto,.	
		Identificar líderes de opinión.	
		Calidad en los medios.	
EVALUACIÓN	REVISIÓN	Detectar logros alcanzado en función de los objetivos.	
		Determinar si lo alcanzado correspondió a lo planeado.	

Modelo proporcionado por **Felipe Chao Evergengy**. Cátedra de Planeación Estratégica de la Comunicación en la FCPyS de la UNAM. Mayo de 2005

Al conocer estos modelos combinados con algunos resultados obtenidos por la coordinación de comunicación social del DIF, el coordinador Mario García autor de esta tesis, desarrolló en mayo del 2005 un documento en el que destaca lo siguiente:

El siguiente proyecto propone un plan de trabajo para el Sistema Municipal del Desarrollo Integral de la Familia en el municipio de Chicoloapan, Estado de México para posicionar su imagen como una institución de asistencia social con un gran potencial de ayuda que la sociedad debe aprovechar. En la primera etapa de esta planeación se buscará elevar el nivel de conocimiento entre la población tanto de la institución como de sus servicios. En una segunda parte, se presentarán los resultados de mayor impacto que ha tenido la institución hasta el momento y en una etapa final, se pretende lograr un buen nivel de aceptación institucional, pero especialmente hacia su presidenta.

La planeación de estas etapas, se desprenden de un sondeo realizado entre los días 5 y 10 de mayo del año 2005 en el que se obtuvo como resultado que únicamente el 20 por ciento de la población conoce las actividades del DIF, mientras que un 65 por ciento no conoce a la presidenta de la institución. Finalmente el 50 por ciento de los encuestados aprueba el desempeño del DIF Chicoloapan.

Para esta propuesta, se ha considerado el uso de diversas características particulares de los siguientes modelos: Mauricio Guerrero, Ferguson y Felipe Chao.

POLÍTICAS O TEMAS QUE GENERAN DEBATE

Lo que puede generar el posicionamiento tanto de la institución como de la presidenta del DIF, es una inconformidad por tratarse de la imagen de la esposa del presidente municipal ya que en el contexto actual la discusión sobre la participación política de de las mujeres en la sociedad, se encuentra de manera permanente en los medios a través de los cuales se ha hace pública esa inconformidad de que el poder no se herede al cónyuge.

Además se trata de una de las dos personas que tienen la fuerza para convertirse en candidato a la presidencia del municipio de Chicoloapan en el 2006 y entre los señalamientos negativos que se pueden tener es el uso del trabajo asistencial con la promoción personal de una imagen en particular, en este caso de la presidenta. En este momento la profesora como la conocen, ha dado la impresión de tener mayor carácter que su esposo, el presidente municipal y aunque ella nunca ha intervenido en los asuntos políticos del presidente, tendríamos de inmediato un comparativo en el sentido de que la llamarían “la martita de Chicoloapan”.

AMBIENTE EXTERNO

Un 43 por ciento de los encuestados en un sondeo aplicado a 850 personas durante el mes de mayo, aprueban el desempeño del DIF hasta el momento. Sólo el 35 por ciento desconoce las actividades del sistema. Aunque el 65 no conoce personalmente a la presidenta del DIF, quienes sí la conocen, dicen tener una imagen muy positiva de ella. Eso representa una ventaja para la planeación ya que la imagen de la presidenta todavía se puede moldear en función de nuestros intereses como institución y de manera particular de ella, mientras que la percepción negativa del DIF puede ser superada en el corto plazo.

Por el lado de la agrupación partidista que llevó a esta administración a ganar las elecciones de la presidencia municipal en el 2003, se encuentra de manera interna muy dividida y la única figura que puede devolverle la estabilidad es el llamado líder moral del PRD, quien ahora es diputado local por el distrito cuarenta. El hecho de tener una estrategia de comunicación que ha posicionado tanto al DIF como a su presidenta, ha generado la inconformidad de este líder quien no ha podido “mantener el control” de las decisiones que se toman en el DIF, por lo que la presidenta representa una oposición fuerte para quienes simpatizan con este líder y en un momento decisivo puede echar abajo cualquier elección de candidatura que afecten los intereses de “la profesora”.

AMBIENTE INTERNO

De manera interna el personal se siente identificado con algo que se ha denominado como Fuerza DIF, frase que se logró después de demostrar a través de una serie de programas y actividades de alto impacto, la capacidad de organización y eficacia muy superior a la desempeñada por la gente del H. Ayuntamiento en eventos masivos y sobre todo en el cumplimiento de los objetivos. El problema que pone en riesgo esta eficiencia tiene que ver con los estímulos económicos que casi no existen y en especial del trato personal que les da la jefa del personal, el cual no siempre es amable o respetuoso. Sin embargo cuanto se trata de cohesionar al personal en función de un objetivo claro y decisivo, todos responden de manera satisfactoria.

VENTANAS DE OPORTUNIDAD

El DIF puede organizar actividades deportivas y culturales como la creación de un ballet de danza así como una liga de fútbol femenil. Lo que requiere es incrementar la presencia de estas actividades en distintas colonias del municipio y fortalecer la información al respecto. El traslado de los servicios asistenciales a colonias vulnerables es otro elemento de trabajo que puede impactar en la difusión informativa.

El acercamiento con la población es visto de una manera más humana y menos interesada porque se trata de una institución que de verdad beneficia con sus programas a las personas sin distinguir sus preferencias políticas. El posicionamiento del DIF y de la presidenta resulta muy positivo porque requiere de reforzar estratégicamente la difusión para convencer a la gente de que el beneficio es real y desinteresado.

OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN

La manera en que se puede elevar el nivel de conocimiento del DIF en las personas es mediante el uso de medios que en función del presupuesto de la institución, deben descartarse la radio, la televisión y medios impresos nacionales o estatales. No se tiene mucho presupuesto por lo que se tendrán que recurrir a los elementos básicos de la difusión informativa: un órgano de difusión propio, volantes, carteles, perifoneo y bardas.

La institución no tiene altos índices de percepción negativa por lo que el objetivo principal será incrementar la opinión favorable con la que cuenta. La presencia en diversos actos de la presidenta reforzada con su imagen en estos medios básicos informativos, elevará el nivel de conocimiento de ella. Se trata de que la gente perciba a la presidenta como una mujer honesta, confiable carismática y trabajadora. Afortunadamente el DIF cuenta con credibilidad, lo que se requiere para posicionar a la presidenta es que la gente asocie el beneficio que obtiene de la institución debido a la profesionalización del servicio público.

TEMAS Y MENSAJE

Concepto rector: Somos una institución confiable, que de verdad apoya de manera integral a la gente y fortalece los valores familiares.

Mensaje 1: *El DIF ... una institución que te ayuda*

Mensaje 2: *Un gran pueblo merece.... una gran institución*

Mensaje 3: *La bondad de la mujer ... nuestra esperanza.*

Tema No. 1: Con el mensaje *El DIF ... una institución que te ayuda* se abordarán sectores como la discapacidad, los adultos mayores y la desnutrición en los niños de temas con un alto contenido emocional y de gran percepción positiva.

Tema No. 2 : Con el mensaje *Un gran pueblo merece ... una gran institución* trataremos el tema de los beneficios que el DIF tiene para la población a través de sus servicios asistenciales como el médico, el psicólogo, el dentista, el optometrista, el asesor jurídico y la solicitud de donaciones en especie.

Tema No. 3: Con la frase *La bondad de la mujer... nuestra esperanza* hablaremos de los beneficios que tienen las madres solteras así como la atención de las mujeres en áreas de salud, recreación, capacitación para el empleo y derechos frente a la violencia intrafamiliar.

PRIORIDADES DE LA COMUNICACIÓN

Lo más importante es que la población conozca en una primera etapa al DIF, así como sus servicios asistenciales. En una segunda etapa se informará sobre los resultados de cada servicio asistencial que pueda generar un impacto favorable en la opinión de las personas y por último asociar la imagen de la presidenta con el beneficio que han obtenido gracias a la intensa labor de quien la encabeza.

CONSIDERACIONES ESTRATÉGICAS

En el sondeo aplicado se muestra el nivel de desconocimiento que se tienen de las actividades del DIF por colonia, lo que permite una ventaja porque enfocaremos mayor atención informativa en lugares donde el nivel de desconocimiento es alto y además hay lugares donde por vez primera escucharán hablar de la institución y de su presidenta por lo que nuestra imagen puede moldearse en función de nuestros intereses: fomento de una cultura informativa que cambie la percepción de la población en cuanto al trabajo asistencial del DIF.

El trabajo estratégico se puede potenciar gracias a que el DIF cuenta con una estructura asistencial la cual permite crear grupos de trabajo que hasta el momento superan las dos mil personas, por lo que el trabajo informativo tendrá que transmitirse a estas personas y fortalecer los intereses de posicionamiento buscados.

Existen organismos sindicales y de comerciantes en la entidad, por lo que se planteará un acercamiento con ellos directamente con la presidenta aunque los líderes de estas agrupaciones generalmente adquieren beneficios de quien se los brinde, es decir, las probabilidades de crear alianzas con ellos, resultan impredecibles. Por otra parte se tendrá que contrarrestar con boletines informativos las inconformidades que resulten de la promoción de la imagen de la presidenta frente al partido político al que pertenece, así como de la comunidad en general, la cual ubica y apoya la labor asistencial de Ernestina.

EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA

TIPO DE CAMPAÑA	OBJETIVO	RECEPTOR	MEDIO	TIEMPO	UBICACIÓN
PRIMERA ETAPA					
<i>DIFUSIÓN</i>	INFORMAR SOBRE LOS SERVICIOS Y ACTIVIDADES MENSUALES DEL SISTEMA	CUALQUIER PERSONA MAYOR DE 18 AÑOS	ÓRGANO INFORMATIVO INSTITUCIONAL	DE JUNIO DEL 2005 A MAYO DEL 2006	EN SEIS COLONIAS
SEGUNDA ETAPA					
<i>MUJERES</i>	ELEVAR EL NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LA PRESIDENTA DEL DIF ENTRE LA SOCIEDAD	MUJERES MAYORES DE 18 AÑOS	VOLANTE Y CARTEL	JULIO DEL 2005	EN SEIS COLONIAS
<i>DISCAPACIDAD</i>	PROMOVER LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA UNIDAD DE REHABILITACIÓN DEL DIF	PERSONAS CON DISCAPACIDAD	VOLANTE Y CARTEL	AGOSTO DEL 2005	EN SEIS COLONIAS
<i>ADULTOS MAYORES</i>	DAR A CONOCER LOS SERVICIOS EN LA NUEVA CASA DEL ADULTO MAYOR DEL DIF	ADULTOS MAYORES	VOLANTE Y CARTEL	SEPTIEMBRE DEL 2005	EN SEIS COLONIAS
<i>NIÑOS</i>	INVITAR A LOS NIÑOS A QUE SE BENEFICIEN DE LOS CURSOS QUE OFRECE EL DIF	NIÑOS ENTRE LOS CINCO Y DOCE AÑOS	VOLANTE Y CARTEL	OCTUBRE DEL 2005	EN SEIS COLONIAS
TERCERA ETAPA					
<i>RESULTADOS</i>	QUE LA POBLACIÓN OBJETIVO CONOZCA EN CIFRAS EL RESULTADO DE CADA PROGRAMA DEL DIF	LA POBLACIÓN DE LAS SEIS COLONIAS TRABAJADAS PREVIAMENTE	VOLANTE, CARTELES Y BARDAS	NOVIEMBRE Y DICIEMBRE DEL 2005	EN SEIS COLONIAS
<i>PRESIDENTA DEL DIF</i>	FORTALECER LA IMAGEN DE LA PRESIDENTA DEL DIF	LA POBLACIÓN DE LAS SEIS COLONIAS TRABAJADAS PREVIAMENTE	VOLANTES Y CARTELES	ENERO Y FEBRERO DEL 2006	EN SEIS COLONIAS
<i>LOGROS DE TRASCENDENCIA</i>	FINALIZAR EL PLAN DE TRABAJO FORTALECIENDO LA IDEA DE QUE EL DIF TRASCENDIÓ EN MUCHOS ASPECTOS	LA POBLACIÓN DE LAS SEIS COLONIAS TRABAJADAS PREVIAMENTE	VOLANTES, CARTELES Y BARDAS	MAYO Y JUNIO DEL 2006	EN SEIS COLONIAS

Fuente: Esquema elaborado por Mario Fernando García Hernández como Coordinador de Comunicación Social del DIF Chicoloapan. Mayo del 2005.

III. PROGRAMA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL DIF CHICOLOAPAN

Este último capítulo está dedicado especialmente a lectores interesados en conocer retos, obstáculos, oportunidades, ventajas, desventajas, estrategias, acciones, proyectos, ideas y en general información sobre el ejercicio de la comunicación social en una institución de gobierno municipal como DIF Chicoloapan.

Observará la evolución y el impacto que genera en lo político - social el uso de un programa de comunicación política. La información que se desprende de las siguientes páginas, resulta muy importante para aquél comunicólogo que desconoce la forma en que opera un DIF municipal, pero especialmente para quien no tiene idea alguna de cómo comenzar a trabajar en un área de comunicación social.

Eventos de gran impacto mediático, manejo de medios locales, discursos, publicidad de ataque y contra ataque, estrategias de posicionamiento, gestiones de trascendencia, ejercicio del poder, mensajes y acciones de comunicación política, frases publicitarias, órgano de difusión institucional, confrontaciones, negociaciones, financiamiento, encuestas, amenazas, influencia de contextos externos, efectos de la difusión, toma de decisiones, logística de eventos, convocatorias y en general una rica experiencia de quien fuera coordinador de Comunicación Social del DIF en el período 2003 – 2006, podrán ser identificados para que el interesado en ingresar a una oficina de comunicación, no sólo tenga el conocimiento o una idea de lo que va a enfrentar, sino tener la oportunidad de mejorar, proponer, evaluar, capitalizar y llevar a la acción una verdadera planeación estratégica de la comunicación política.

Al final se demuestra que el DIF al reestructurarse y profesionalizar el servicio público, la cobertura de los programas asistenciales así como su

eficacia, generan beneficios directos entre la población. Sumando a esta recomposición institucional una estrategia de comunicación política, la credibilidad, percepción y aceptación ciudadana hacia el organismo así como de su presidenta (e) incrementan hasta llegar a simpatías de orden político – electoral.

III.I ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN DIF CHICOLOAPAN. Ago 2003 – Ago 2006

Apertura de la coordinación de comunicación social en el DIF. Primeras acciones y mensajes de comunicación política. Primeros eventos de gran impacto político – social.

Agosto del 2003.

El DIF Chicoloapan inicia actividades el 18 de agosto del 2003 y es la primera ocasión en que cuenta con una oficina de Comunicación Social. Mario Fernando García Hernández, estudiante del 5to semestre de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación por la UNAM, es el primer coordinador de esta área y presenta un proyecto que contiene los siguientes aspectos:

- | | |
|---|-------------------------------|
| 1.- Creación de un periódico municipal. | Propuesta aprobada. |
| 2.- Creación de una Hemeroteca. | Propuesta aprobada. |
| 3.- Actualización del acervo de la Biblioteca Municipal. | Propuesta no aprobada. |
| 4.- Creación de un Centro Municipal de Cómputo, Idiomas e Internet. | Propuesta no aprobada. |
| 5.- Programa de Información Ciudadana y Comunicados de Prensa. | Propuesta aprobada. |
| 6.- Organizar el Comité de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental. | Propuesta no aprobada. |
| 7.- Formación de un Cine Club. | Propuesta aprobada. |

Uno de los principales retos de la coordinación fue manejar la imagen de Ernestina Galicia de Hernández, presidenta del DIF. Había sido considerada

por varios políticos como la candidata ideal del Partido de la Revolución Democrática (PRD) para la administración 2003-2006, sin embargo, la señora llegó a comentar que había preferido *ceder el lugar a su esposo* convirtiéndose así, en presidente municipal de Chicoloapan. El DIF antes de agosto del 2003 mantenía una imagen devaluada como institución, tanto por la calidad de los servidores públicos como de los servicios.

Una de las primeras acciones de comunicación social fue fortalecer la imagen institucional. Se contrataron profesionistas para aquellas coordinaciones específicas de calidad en la atención asistencial como Servicios Médicos, Odontológicos, Jurídicos, Psicológicos y Administrativos. Los auxiliares de cada coordinación tendrían que tener estudios de preparatoria o experiencia en alguna de las áreas. El objetivo era incrementar la credibilidad de la institución a través de los servicios que ofrecía y del personal a su cargo.

Se abrieron nuevas coordinaciones como la del Voluntariado, actualmente llamada Procuración de Fondos, la de Discapacidad, Trabajo Social, Adultos Mayores, Comunicación Social y la figura del Jefe de Personal, que en esta ocasión se trató de una mujer. El número de servidores públicos ascendió a 65 personas, cuando normalmente laboraban 30.

La presidenta Ernestina Galicia difunde un importante mensaje de comunicación política al dar a conocer el nombre de quien sería su directora, Ana Bertha Villalobos Gama, quien no contaba con la simpatía ni aprobación del principal líder político del momento, Manuel San Martín Hernández, diputado local electo por el distrito XL en las elecciones realizadas en Marzo del 2003. El anuncio provoca fuertes inconformidades y obliga a que la presidenta actúe rápidamente al rechazar a recomendados de líderes políticos que pelearon sus componendas para colocar a su personal dentro del DIF. Ernestina no aceptó presiones de ningún tipo y logró imponer en cada coordinación de trabajo, al personal elegido previamente por ella.

Una de las consecuencias de esta acción de comunicación política fue el rechazo del líder político moral de los perredistas y en general de la

administración municipal hacia la figura de Ernestina Galicia, presidenta del DIF. Se inicia un ataque discursivo de este líder hacia la profesora por no haberse alineado y gestiona con otros liderazgos para evitar a como diera lugar, que Ernestina impusiera a su elegida. Manuel San Martín logró que la institución comenzara sus actividades sin una directora al frente, decisión que Ernestina tuvo que tomar frente a las presiones que llegaban de distintas fuerzas políticas.

Surge un programa de gran impacto político – social que consistió en la entrega mensual de despensas para los Adultos Mayores de Chicoloapan que iniciaba con un padrón de mil registros. Se formaron grupos de trabajo en cada colonia del municipio para beneficiar a un determinado número de personas. Esta iniciativa da lugar al primer evento masivo institucional: *El Festejo del Día del Adulto Mayor* el cual convocó a más de mil doscientas personas. Comunicación Social se encargó de una parte de la logística así como de la elaboración del programa de ceremonia y la publicidad.

Durante las dos primeras semanas del mes de agosto del 2003 la coordinación de Comunicación Social diseñó la imagen de los nuevos formatos de cada coordinación del DIF, es decir, hojas membretadas, hojas de registro diario de pacientes, carnets, hojas de consulta médica, certificados médicos, hojas de pensiones, citatorios, registro de egresos e ingresos, hojas de evaluación psicológica, seguimiento de tratamientos odontológicos, registros de las coordinaciones como informes mensuales y de actividades diarias. En INTERNET se publicó la página WEB del DIF que se llamó www.chicodif.org. La Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento haría lo mismo un año después.

Se discute el slogan del DIF que después de varias opciones, finalmente quedaría como *El servicio transforma y complace*. Según comentarios de los responsables de Comunicación Social la justificación era porque “teníamos muy claro que estábamos ahí para servir, y que esta nueva forma de servicio profesional, transformaría a la institución, una vez lograda la transformación complaceríamos a las personas por ofrecer un servicio de calidad”. En toda la

papelería oficial aparecería una frase que diría *Por una Integración Familiar y Cultural*.

Ernestina Galicia realiza su primera aparición ante los medios impresos locales al ser invitada a la conferencia de prensa realizada el 29 de agosto del 2003 convocada por la Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento en la que declararía: *“Yo no soy de la idea de ir atrás del esposo. Yo voy a un lado, y creo que ya es tiempo de que le den a la mujer un lugar para opinar, criticar y proponer”*.

El DIF crea un Programa de Difusión Cultural.

Septiembre 2003

Es la primera ocasión en que el DIF propone *un programa de difusión cultural* que estaría a cargo de la Coordinación de Comunicación Social. El objetivo era presentar actividades como obras de teatro, danza folclórica, exposiciones artísticas, cuentacuentos, monólogos, danza prehispánica, danzón, etc.

Comunicación Social se dedicó a *producir spots* para el primer evento de difusión cultural que se organizaría el 15 de septiembre del 2003 en el centro histórico del municipio. El evento llamado *Sembrando Raíces* convocó al grupo de música latinoamericana Kenda Rivana, el taller de teatro de la Escuela de Bellas Artes de Ecatepec, Ballet folclórico de Sonia Palacios así como un torneo de Ajedrez llamado Independencia y la proyección de películas infantiles en el Kiosco de la plaza principal.

El presidente municipal contrató juegos mecánicos para el festejo de las Fiestas Patrias. Estos juegos mecánicos cuentan con equipo de sonido que ocupan por las noches. Comunicación Social del DIF platicó con los dueños de esos equipos para que por las noches pusieran *un cassette con la difusión del evento cultural* que llevaría a cabo la institución y de esa manera las personas se informaran. La rúbrica por supuesto eran melodías de folclor mexicano.

Se diseñaron *volantes informativos* para difundir las actividades del DIF como talleres y servicios asistenciales. Cada tercer día se realizaba un *perifoneo* difundiendo información similar. Se solicitó a la tesorería del DIF la adquisición de dos medios impresos nacionales como La Crónica de Hoy, la Jornada y la revista PROCESO con el fin de *monitorear noticias* sobre el municipio de Chicoloapan y especialmente para *crear una Hemeroteca pública del DIF*.

Como *una estrategia para recuperar la credibilidad* en los servicios asistenciales, Comunicación Social imprimió en cada documento entregado a las personas como Carnets, Hojas de registro y Recetas Médicas, la frase *El DIF contrata profesionistas* y con letras pequeñas el nombre de los profesionistas y la Universidad de procedencia.

El primer volante distribuido, en su portada decía *DIF Chicoloapan impulsa cursos productivos, Insíbete*. Los cursos eran Transformación del Chocolate, Cultura de Belleza, Inglés, Taller de Autoestima, Cerámica, Corte y Confección, Deshilado y Manualidades. En la contraportada parte inferior el mensaje: *¡Seremos más profesionales!*

El segundo volante de actividades incluía servicios como atención médica, odontológica, procuraduría, voluntariado, psicologías, talleres artísticos y cursos. Al interior la frase *DIF Chicoloapan generando movimiento*. En la portada se modificó el diseño típico del DIF cuyas líneas son en color negro y el fondo blanco. La tipografía del DIF se cambió por una nueva que es cooper black.

En la portada aparecían las nuevas letras del DIF y al fondo un águila sobre un nopal que tiene escritas el nombre de las cuatro haciendas que conformaron el municipio de Chicoloapan y la frase *Sembrando Raíces*. En la parte de atrás aparecía el logo de un sol prehispánico, dos manos sosteniendo un reboso junto con la frase *Por una integración familiar y cultural*. A este volante se agregaron colores rojos, verde y blanco imprimiéndose cinco millares. Generó una inconformidad entre las personas más cercanas al

presidente municipal por usar colores priístas y reclamaban mayor cuidado en la publicidad del DIF y en especial de Comunicación Social. En realidad se había pensado en aquellos colores porque se trataba del mes de septiembre, mes patrio, fecha en que se haría la difusión.

Se crea el órgano informativo llamado EL DIFUSOR

Septiembre 2003.

El nombre del órgano informativo creado por Comunicación Social fue *El DIFUSOR*. La tipografía era cooperplate gothic black para el artículo *El* y la palabra *USOR*, mientras que DIF fue cooper black. Se eligió tamaño carta en papel color paja y predominaron el color amarillo y negro. La cabeza del primer número fue *Hoy Chicoloapan tiene que trascender: Ernestina Galicia de Hernández*. Y en una viñeta más pequeña se resaltó “*ya es tiempo de que le den a la mujer un lugar para opinar, criticar y proponer*” como parte del mensaje que la presidenta del DIF diera en el festejo del día del Adulto Mayor.

En la contraportada, la foto de la presidenta al centro en la parte inferior así como las siguientes palabras en la parte superior:

DIF se fortalece con ... Su equipo: dinámicos, activos, creativos y emprendedores;

Sus cursos: son productivos y representan una forma de autoempleo; Sus talleres: por vez primera ofrece danza, alebrijes, dibujo, origami y música; Sus servicios: mejor atención y mayor calidad. El servicio transforma y complace.

Se crearon cuatro secciones:

- a) *Humanismo*: un espacio para reflexionar sobre los valores familiares, sociales y culturales, es decir, sensibilizar sobre la importancia de la labor asistencial.
- b) *Infórmate*: actividades más importantes que el DIF se había realizado durante el mes.
- c) *Energízate*: se aprovechó el conocimiento de las personas que coordinaban el área de Nutricionales para publicar consejos al respecto

y que las personas se informaran de cómo hacer rendir su dinero comprando alimentos nutritivos.

d) *Actualízate*: hablaría esta sección sobre temas de carácter nacional.

Este primer número informativo se publicó en la primera semana del mes de octubre de 2003 distribuyéndose dos millares de ejemplares en 10 colonias del municipio. El medio se entregaba en las manos de las personas, nunca aventados debajo de las puertas en casas particulares ni tampoco amontonados en tiendas, tortillerías, papelerías o en las mismas oficinas del Ayuntamiento, ODAS y DIF.

A los quince días de haber salido *El Difusor*, la Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento publicó su órgano informativo tamaño tabloide llamado *Un Espacio que crea*, de mejor calidad, tamaño y presupuesto. Predominaron los colores amarillo y negro. Fue muy criticado por algunos coordinadores de área y directores ya que no se distinguía cuál era la portada y contraportada, demasiadas faltas de ortografía, sin secciones, escasez informativa y un diseño muy parecido a los volantes publicitarios con encabezados que abarcaban hasta media hoja tabloide.

Tres eventos comenzaron a dar de qué hablar del DIF entre los servidores públicos de diferentes dependencias: *el festejo de Adultos Mayores al que asistieron aproximadamente mil trescientas personas; la organización del evento artístico – cultural del 15 de septiembre y una conferencia llamada Detección eficaz del cáncer cérvico uterino* dictada por la especialista en detección de enfermedades en la matriz Rosa María Hernández.

En esta conferencia, la presidenta del DIF declararía: “...esto no es un juego ni es de mala calidad porque crean que es del DIF; estamos trabajando con gente muy capaz, muy profesional, a veces lo gratuito no lo valoran, tenemos una mentalidad errónea, creemos que cuando algo es gratuito, es de baja calidad y cuando pagamos mucho dinero, es el mejor médico, eso no es cierto, el DIF es una institución de asistencia social y tengo una filosofía de que

nosotros seamos productivos, importantes, no es darles el pescado sino enseñarles a pescar: vamos a enseñarnos a trabajar para seguir adelante”.

Se crea el instituto Mexiquense de la Mujer Chicoloapan; se organizan primeras jornadas asistenciales; llega el movimiento antorchista así como algunos medios de comunicación locales.

Octubre del 2005

El DIF iniciaba fuerte y en plan grande. A nivel estatal el *Instituto Mexiquense de la Mujer* ponía su mira en Chicoloapan para tener una sede municipal. La presidenta gestionó para que la sede del Instituto fuera DIF y se designó a María de Jesús Sánchez Durán para ser la coordinadora de esta dependencia.

En aquél evento inaugural el presidente Domingo Hernández declararía *“..mi esposa es una mujer de lucha y sin condicionamientos que no aspira más que hacer un trabajo digno”*. Recordemos que la presidenta no contaba con una directora y seguía siendo presionada por el líder político Manuel San Martín para que considerara su propuesta. En la primera semana de este mes, el DIF organizó una *jornada de servicios asistenciales* en una colonia llamada El polvorín, una zona cercana al cerro, condiciones insalubres y una comunidad con escasos recursos para pagar por servicios de salud.

La tesorería del DIF indicaba que Comunicación Social tendría que ahorrar todo lo que se pudiera y una *forma económica de hacer publicidad era en la técnica de serigrafía*. Dos millares de volantes a dos tintas tamaño media carta eran más baratos por serigrafía. En esa misma técnica se diseñaron carteles doble carta para *difundir cada uno de los servicios que el DIF ofrecía*. Se imprimieron un millar para cada servicio como pediatría, talleres, atención médica, asesoría jurídica y dentista, inicialmente. Estos carteles se pegaban en las tiendas, postes, bardas y lugares visibles.

Durante el mes de octubre el *movimiento antorchista* encabezado en la zona oriente por el biólogo Jesús Tolentino diputado federal por Chimalhuacán

y Chicoloapan comenzó a difundir volantes contra el presidente Domingo Hernández. Fueron ataques a su vida pública, a su desempeño y en general a su persona. El Ayuntamiento nunca respondió a esa propaganda de ataque.

A mediados del mes llegaron a Comunicación Social del DIF, reporteros de medios impresos locales como El Trinar, Letra por Letra, 8 Columnas, Imagen Ciudadana, entre otros a ofrecer sus servicios y espacios de difusión de las actividades del DIF. A la mayoría se les habló de la falta de recursos. Ellos insistían en que si una institución contaba con una Coordinación de Comunicación Social era porque había presupuesto para la contratación de espacios.

El DIF participa en actividades culturales. Surgen nuevos mensajes de comunicación política. Se publica el segundo número de El DIFusor. Se reinauguran instalaciones del DIF.

Noviembre 2003.

El primer domingo del mes, el Ayuntamiento organizó las celebraciones del día de muertos con un concurso de ofrendas entre las instituciones educativas del municipio que se expondrían en la plaza municipal. *El DIF solicitó participar en la organización de actividades culturales* y de esa manera coordinó un grupo de danza prehispánica, un monólogo y rituales aztecas sobre ese día. *Comunicación Social produjo un audiovisual* con diapositivas y música grabada en cd *sobre El ADOBE*. En esta producción se observaban imágenes de cómo se hacía un adobe, desde sus materiales hasta llegar a una barda; se abordó el deterioro y descuido de las únicas construcciones de adobe que quedaban en el pueblo y que de alguna manera representaban la esencia del municipio; el trabajo finalizaba con la invitación a preservar esos espacios como parte de la identidad del municipio. La producción fue ampliamente aplaudida y recibió muchas felicitaciones porque *era algo que nunca se había hecho* en la plaza pública.

La primera semana del mes noviembre, salió el segundo número de *El DIFusor*, ahora en tamaño oficio, con un color de amarillo, con algunas formas

visuales distintas. El encabezado fue: *La mujer en Chicoloapan tiene que transformarse: Ernestina Galicia de Hernández.*

En la primera de forros ya aparecía un Editorial, directorio, la presentación del órgano informativo así como la dirección de la página en Internet. Al interior del segundo número destacaba el surgimiento del Instituto Municipal de la Mujer, cuya sede sería el DIF así como las actividades de la primera Jornada asistencial, la primera entrega de despensas, la conformación del taller de chocolate, etc.

También se incluyeron textos de la historia de Chicoloapan que se publicarían en cada número para informar a la gente sobre el surgimiento del municipio. Se agregó en este segundo número una sección de Política en la que aparecía un artículo titulado *La Truculenta Levedad del Poder* redactado por una chica quien fue integrante del *movimiento antorchista* y denunciaba la manipulación, agresiones y actos violentos a los que era obligada a llevar cabo. En aquella sección aparecía uno más llamado *¿Qué hacen los antorchistas en Chicoloapan?*

Estos artículos se pensaron como *respuesta a los volantes de ataque* que el presidente recibía por parte de los antorchistas quienes *anunciaban una gran marcha* en protesta de la falta de negociación de Domingo Hernández hacia sus demandas.

En la contraportada aparecía una frase creada para la ocasión: *Un equipo fuerte, es un equipo DIFícil de vencer.* Era un mensaje enviado a dos sectores; primero, a los antorchistas para decirles que el DIF tenía la fuerza para criticarlos y rechazar su presencia en el municipio y segundo, a los líderes que apoyaban a Manuel San Martín para someter al DIF y a su presidenta imponiendo personal para trabajar en la institución.

Se imprimieron dos millares del segundo número de *El DIFusor* y se presentó a la presidenta cuando ya estaba impreso. Ella se llevó dos ejemplares y se los enseñó a su esposo. El presidente municipal después de

leerlo, exigió a su esposa, según sus palabras *“quema todos los ejemplares de El DIFusor, desaparécelos o a ver qué haces porque nos puede generar un gran problema”*.

Era la *primera censura* a Comunicación Social de DIF. No se entendía el motivo pues se estaba ayudando al presidente a responderle al movimiento antorchista que estaba generando un impacto mediático nunca antes visto por un grupo de oposición hacia el gobierno municipal. El coordinador tomó el nuevo número de *El DIFusor* y se lo mostró al Síndico Procurador, Rafael Gómez, al director del ODAS, Benjamín Espinosa, al tesorero Adrián Galicia, a un regidor, Alberto Mendoza, a la presidenta de Alianza Ciudadana del PRD, Carmen Procopio, todos ellos cercanos al presidente con el fin de conocer su opinión para saber si ese *DIFusor* se podría o no publicar y medir las consecuencias.

Todos ellos comentaron que estaba muy bien que respondiera a los antorchistas porque *“Comunicación Social de presidencia no ha hecho nada para defender al presidente”, “si yo fuera Domingo, lo sacaría”, “la inútil de Comunicación Social del Ayuntamiento no hace nada”*. Con esos argumentos, entre otros y la autorización de gente importante en la toma de decisiones en el Ayuntamiento, se gestionó con la presidenta para que se publicara el segundo *DIFusor*. Apenas estaba naciendo el órgano informativo y ya estaba amenazado de muerte.

La respuesta de la presidenta fue contundente: *mira Mario, está muy bien esto que dices aquí y no te imaginas la discusión que has generado al respecto. Nadie sale a defender a Domingo y tú lo estás haciendo, eso lo entiendo. Pero si sacamos esto, se va a ver como que Domingo no tiene pantalones para defenderse y lo van a criticar porque su esposa es la que sale a defenderlo y eso no nos conviene.*

Resultado: se quemaron los dos mil ejemplares. Afortunadamente dieron la oportunidad de reeditarlos y publicarlos ya con modificaciones. En la siguiente semana, la Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento organizó

conferencias de prensa y difundió publicidad de contra ataque a la propaganda antorchista. El PRD por su parte comenzó a defender al presidente municipal. La frase hecha por Comunicación Social del DIF *“un equipo fuerte es un equipo DIFícil de vencer”* fue todo un éxito, pues se pronunció en varias ocasiones, por varias personas y en diversos eventos.

El 22 de noviembre se inauguraron las nuevas instalaciones del DIF. Se remodelaron los espacios, el color clásico de verde con gris se cambió por una combinación de naranja y blanco. Se adquirió mobiliario de oficina, sillas aterciopeladas en color negro, se crearon áreas verdes y se construyeron varias oficinas, entre ellas la de comunicación que durante los meses anteriores fue oficina ambulante.

Comunicación Social mandó a colocar nuevos letreros de cada oficina, un plóter a la entrada del DIF con el rostro de la presidenta, el logo de la institución que fue cambiado por unas figuras que representaban a los integrantes de una familia con las frases *ser mejor es lo que sigue* y *un equipo fuerte es un equipo difícil de vencer*.

Comunicación Social informa sobre un primer sondeo. Se publica El DIFusor no. 3. Medios locales impresos solicitan dinero para publicar información del DIF. Nuevas acciones de comunicación política.

DICIEMBRE DE 2003

Entre los meses de octubre y noviembre de 2003 Comunicación Social aplicó un pequeño sondeo entre ciento ochenta personas quienes al salir de las instalaciones del DIF se les entrevistaban para responder el siguiente cuestionario:

Marque por favor el nombre del departamento que visitó.

Responda las siguientes preguntas:

1.- ¿Podría decirme su edad?

2.- ¿Podría decirme si resolvió usted su problema? Sí No

- 3.- ¿Cómo consideraría el trato que recibió? Excelente Bueno Regular Malo
- 4.- ¿Podría decirme el nombre de la persona que les atendió?

De 180 personas, 170 contestaron haber resuelto su problema; 152 de ellas dijeron haber recibido un excelente trato y 110 de los encuestados recordaron el nombre de las personas que les atendieron. Estos resultados fueron publicados gráficamente en *El DIFusor* No. 3 con el título *La comunidad reconoce la excelencia del DIF en atención y servicio.*

El DIFusor No. 3 distribuido en la primera semana del mes de diciembre de 2003 se publicó en tamaño tabloide. La cabeza fue la frase *Un equipo fuerte es un equipo DIFícil de vencer* así como una foto de las nuevas instalaciones del DIF. Para esa fecha ya se habían cumplido cien días de labores y se acostumbra en los municipios del Estado de México a realizar un evento masivo para informar al respecto. Comunicación Social en los interiores de su órgano informativo publicó su informe con apoyos visuales y las frases: *Demostremos efi100cia estos días y Estamos con100tes de ser mejores.* En la contraportada de *El DIFusor* No. 3 apareció nuevamente la imagen en grande de la presidenta y la frase *un equipo organizado, proyecta eficacia y brinda resultados confiables.*

El DIF estaba cumpliendo con la cobertura y expansión de servicios de salud. Llegó el rumor, en esos días, de que Martha Olmedo, coordinadora de la oficina de Salud del Ayuntamiento deseaba competir para la dirección del DIF así como sus intenciones de *poner en jaque* a la psicóloga Ana Bertha Villalobos, coordinadora de Nutricionales, posible directora, y a Mario García, coordinador de Comunicación Social en la misma dependencia porque eran los que estaban generando un impacto que no le convenía al diputado local. Trabajadores del DIF se reunieron en privado sin informarle a su presidenta para fijar una postura ante la amenaza de Martha Olmedo, gente cercana al diputado local Manuel San Martín y concluyeron que defenderían a estas dos personas.

De manera extraoficial Comunicación Social conocía quien sería la directora del DIF y aprovechando los fuertes rumores anteriormente mencionados, dio a conocer, como una acción de comunicación política, el nombre de la nueva directora del DIF Ana Bertha Villalobos Gama, propuesta de Ernestina dando así fin al conflicto o rumor con el líder moral del partido PRD y diputado local por el distrito XL Manuel San Martín. La imagen del DIF se encontraba fuerte y era momento de avanzar en imponer sus intereses. El anuncio fortaleció al personal al interior de la institución.

En la segunda semana del mes de diciembre de 2003 llegó a Comunicación Social del DIF la directora del periódico local *El Trinar*, que se distribuye en municipios del Estado de México, con una factura de veinte mil pesos por las noticias y cobertura que había hecho del DIF desde la nueva administración y se dirigía al coordinador para que se le pagara esa cantidad.

La relación de la coordinación de Comunicación Social del DIF y la experiencia de su coordinador con medios locales quedaría manifiesta con el siguiente testimonio:

“Yo le comenté abiertamente mi inexperiencia al respecto de cómo trabajar con medios locales y que con toda honestidad yo no tenía recursos para pagar esa cantidad. Tampoco sabía, le dije, que debo pagarles porque ellos cubrieran y publicaran información del DIF.

Con toda amabilidad me dijo que no era una obligación contratar esos espacios, de hecho me dijo que yo hiciera la invitación a cubrir los eventos pero sin ningún compromiso de carácter económico. También me sugirió que cuando yo contratara espacios, era mi trabajo decirles a las personas que cubrieran la nota cómo quería que se manejara ésta a la hora de redactarla, incluso me recomendó que debería revisar la información antes de ser publicada, esos eran mis derechos.”

“En ese mes llegaron reporteros de Imagen Ciudadana pidiéndome una entrevista con la presidenta del DIF, sólo mencionaron que deseaban

entrevistarla, petición a la que accedí. Una vez terminada la entrevista, la presidenta me llamó para decirme en qué acuerdos había yo quedado para la entrevista. Le dije que ninguno pues sólo me solicitaron la entrevista y nada más. Me comentó que al finalizar las preguntas, uno de ellos le dijo que eran trescientos pesos porque la entrevista iba a ser publicada en su medio.

Me comentó que se los dio porque pensó que yo había quedado de acuerdo en ello pero que para la próxima le avisara que tenía que pagar. Por supuesto negué el trato. Le comenté sobre la cobertura informativa que había hecho el periódico El Trinar y que requería del pago. Afortunadamente la profesora entendió de lo que se trataba y me dijo que hablara directamente a la Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento para que Isell Gómez, la responsable, hablara con el presidente y pagaran los espacios del DIF.

Le solicité a la presidenta que reforzara con su esposo, en privado, la petición y así se hizo. Desde ese momento cualquier información que apareciera del DIF en medios locales, sería pagada por el Ayuntamiento mediante oficios de petición y agradecimiento por el apoyo otorgado debido a la falta de presupuesto del DIF para ese rubro. Todo lo que significó entrevistas, conferencias de prensa y contratación de espacios para el DIF, fueron tratados con la Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento. De esa manera me ayudaban a cubrir una parte informativa externa que no podía financiar”.

“En esos días también se entrevistó, sin que yo supiera, con el director de una publicación, Juan Bautista, que mensualmente aparece a nivel municipal que se llama Gaceta de Chicoloapan. La entrevista apareció días después publicada y la profesora me dijo que tenía que trabajar con esa publicación, pues mensualmente yo tendría que enviarle información del DIF y que pagaría la cantidad de dos mil pesos mensuales.

Yo argumenté que esos dos mil pesos podíamos invertirlos en aumentar el número de DIFusores, nuestro periódico local, para llegar a más personas o mandar a imprimir volantes o carteles de nuestros servicios. Defendí que no valía mucho la pena pagar esa cantidad por un anuncio de media carta, tamaño

original de la publicación. Además no era un medio muy serio para publicitarnos. Traté de convencerla y lo logré a medias, porque me indicó, sin mucha convicción, que hablara directamente con el director porque nos convenía tenerlo de nuestro lado – según palabras que recuerdo.

Ese mismo mes, en la calle me encontré al director de la Gaceta de Chicoloapan y hablamos de la contratación de publicidad. Argumenté que presupuesto no teníamos y defendió que él ya había hablado con Tina, la presidenta, pues la conocía desde que iban a la preparatoria, además de vivir en el mismo pueblo y que de cuates ella se comprometía a contratar el espacio mensualmente. Yo atacé diciéndole que dos mil pesos por el espacio mensualmente me parecía un exceso y que había platicado con ella para que ese dinero mejor lo destináramos a incrementar ejemplares de El DIFusor, nuestro periódico.

En ese momento las palabras que me dijo me sorprendieron un poco, según recuerdo él respondió: mira Mario, la verdad yo le saco más a quien más tiene, el DIF tiene dinero para pagar así que... pero bueno a mí me parece que esto que me comentas veo que es una cuestión más personal como de envidia o egoísmo, pero bueno. Finalmente yo concluí diciéndole que para mí la Gaceta no tenía mucho impacto entre las personas y prefería destinar esos recursos a la publicidad institucional. Desde entonces Gaceta de Chicoloapan publicó varios comentarios en contra del DIF, los cuales nunca encontraron respuesta de mi parte. Recuerdo que meses más tarde, solicité un espacio para difundir un evento y me contestó que no, porque nosotros no teníamos palabra.

Le pedí a la presidenta que antes de aceptar algún trato en la contratación de espacios publicitarios me informara primero. Traté de hacerle ver que “el medio es el mensaje”, que si nos publicaba un medio sin credibilidad y poco impacto entre las personas, pues así repercutiría en nuestra imagen”.

Con escasos recursos Comunicación Social de DIF continuaba el programa de difusión cultural todos los domingos en el centro histórico de Chicoloapan comenzando a llamar la atención entre las personas que asistían o pasaban cerca de los eventos artísticos que se presentaban.

Mensajes y acciones de comunicación política. Fortalecimiento de la imagen del DIF. Megajornadas como estrategia de gran impacto político social.

Enero 2004

Con la entrada, en el año 2000, de las compañías constructoras de complejos habitacionales como ARA, BETA, SARE y GEO, también llegaron aportaciones de carácter económico para mejorar vialidades del municipio y la donación de áreas para construir espacios como escuelas, preparatorias, centros de salud, etc.

La administración del Ayuntamiento 2003 - 2006 solicitó un área en el consorcio BETA destinado a ofrecer servicios de salud. Personas como el diputado local Manuel San Martín y Adrián Galicia, tesorero municipal, habían expresado su deseo, al igual que la presidenta del DIF, para hacerse responsables de esa área en la que se construiría un inmueble.

Ese lugar significaba para los tres actores una presencia política y social importante en aquella nueva zona del municipio. Cada uno ejerció sin vacilar, sus capacidades de negociación y su poder de influencia. Entre muchas turbulencias políticas por demostrar quien se quedaba con el inmueble, se inaugura en enero del 2004 el *Centro de Servicios Comunitario (CSECOM)* bajo la vigilancia del DIF.

Para trabajar en él, se contrató al Dr. Gaspar Palacios, quien a su vez consiguió para esta institución importantes apoyos de la Coordinación Estatal de Rabia en el Reservorio, de la Jurisdicción Sanitaria de Texcoco, del Centro de Atención Integral para mascotas, ya que el DIF se propuso como extensión de los servicios de salud, el combate contra la zoonosis, bacteria provocada

por los deshechos fecales de los perros y gatos que afectan gravemente a los niños entre dos y seis años y que han causado la muerte de muchos pequeños.

El Dr. Gaspar se hizo cargo del CSECOM, lugar que comenzó a ofrecer servicios de atención médica, odontológica, psicológica, asistencia jurídica, cursos de primeros auxilios; se instaló una coordinación de protección civil dirigida por Carlos Cienfuegos, presidente de la *Asociación Topos México*. Talleres como manualidades, Tae Kwon Do, teatro, pintura, cultura de belleza, gimnasia rítmica y centro de reunión del grupo Boys Scouts Chicoloapan.

La gestión de la presidenta del DIF y la designación del Dr. Gaspar Palacios, fue considerada por el grupo político cercano al diputado local San Martín como una imposición. Más allá de eso, los rumores confirmaban el poder que la presidenta estaba generando simplemente con su trabajo al quedarse como administradora del inmueble y después, al imponer a su coordinador en el CSECOM.

Debido a esa percepción, Comunicación Social publica en enero del 2004 *El DIFusor* no. 4 con la cabeza *El Centros de Servicios Comunitario, es un logro más del H. Ayuntamiento y de La Fuerza DIF*. En contraportada aparecía el mensaje *Esta es La Fuerza DIF, ya nada nos detiene...porque detrás de cada coordinador hay gente más valiosa*. Como refuerzo visual apareció el organigrama del DIF en forma circular con el nombre de todos los coordinadores y en medio el rostro de la presidenta. Se trataba de un círculo, es decir, una figura geométrica impenetrable en ese momento, así como el equipo formado por Ernestina Galicia.

Al interior de *El DIFusor* aparecieron artículos relacionados con la historia del municipio, publicidad en apoyo a la imagen del presidente; se mencionó el arranque del Programa de Despensas para Adultos Mayores con recursos propios municipales que lograba beneficiar a 950 personas. Surgió un Programa de Cría de Conejos para ayudar a las familias en situación vulnerable, enseñándoles a criarlos para su posterior reproducción, venta y consumo.

La polémica que causó este *DIFusor* no. 4 fue una protesta por el tesorero, Adrián Galicia y el secretario del H. Ayuntamiento, Antonio Rivera, por la entrevista de página completa que el editor del informativo hiciera al Dr. Gaspar, pues consideraron que se la debía haber hecho al presidente municipal. A muchos les gustó la frase *La Fuerza DIF*, especialmente entre los trabajadores de la institución, sin embargo también generó molestias entre personas ajenas a la misma.

También se quejaron de la frase *detrás de cada coordinador hay gente más valiosa* argumentando que hacía menos a los coordinadores del DIF y que la presidenta debería cuidar más de esos mensajes. La frase *Fuerza DIF* ciertamente se había pensado en función del carácter que la profesora había mantenido hasta entonces saliéndose con la suya en todo momento y en beneficio de las personas.

La frase *detrás de cada coordinador hay gente más valiosa* tenía dos intenciones, la primera porque los rumores y sobre todo algunas acciones del personal ligado al diputado local no ocultaban sus deseos de tumbar a algunos coordinadores del DIF y con eso se pretendía informarles que si ello llegara a suceder, se tenía personal de calidad.

Segundo porque la importancia que el DIF había adquirido en poco tiempo, comenzaba a influir en el comportamiento de algunos coordinadores quienes tomaban ya decisiones, sin consultar a los directivos, las cuales en algunas ocasiones perjudicaron la imagen institucional. Se trataba de un mensaje para ellos de que en cualquier momento podían ser reemplazados.

El DIF organizaba por vez primera las llamadas *MEGAJORNADAS*, acciones en las que se ofrecían servicios asistenciales en diferentes comunidades como atención médica, psicológica, asesoría jurídica, trabajo social, venta de despensas, venta de ropa en buenas condiciones, medicamentos gratuitos, cortes de cabello, desparasitación de menores, vacunación antirrábica, esterilización y desparasitación de perros y gatos así como servicios de oftalmología.

En estas primeras acciones, la presidenta gestionó con su esposo para que servicios del Ayuntamiento estuvieran presentes en estas Megajornadas al igual que la donación de agua por parte del Organismo Descentralizado de Agua y Saneamiento (ODAS) en hogares donde fuese necesario.

Este tipo de actividades acercaron al DIF con líderes de diversas colonias interesados en llevar estos servicios a sus comunidades. En aquella primera Megajornada en enero de 2004 se descubrieron unos volantes en donde el PRD invitaba a su jornada Médico Asistencial el mismo día y a la misma hora, lo que hizo suponer que el partido estaba promoviendo una actividad impulsada por el DIF. Durante la semana previa a realizar las Megajornadas, Comunicación Social perifoneó la invitación a la comunidad para asistir y beneficiarse de los servicios médico - asistenciales.

Arranca programa de Caracol Cultural. Periódico mural. Impacto del programa de discapacidad. Desafíos territoriales. DIFusor no. 5

Febrero de 2004.

En el mes de febrero arrancó el proyecto Caracol Cultural, dirigido por la Profra. Cristina Godínez y supervisado por Comunicación Social del DIF. Esta iniciativa incorporaba actividades artístico – culturales en la Megajornadas, las cuales además de ofrecer servicios médico – asistenciales, las personas podían disfrutar de un cuadro de danza folclórica, alguna obra de teatro, cuentacuentos o música de danzón.

Por vez primera el DIF ofrecía clases de danza folclórica en diversas colonias del municipio, cursos de danzón los días domingos bajo la dirección de la Banda Sinfónica de Chicoloapan, así como un curso de canto para niños, cursos de teatro y clases de danza prehispánica.

En febrero de 2004 La Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento comenzó a publicar un *periódico mural* armado con fotografías de las actividades del presidente y nada más. La presidenta solicitó que se hiciera lo mismo en DIF y Comunicación Social invitó a cada coordinación a

que mensualmente se rotaría la responsabilidad de hacer el periódico mural del DIF para cada área. Fue muy interesante porque cada coordinación competía por el mejor mural y su creatividad también fue muy apremiante. Se abordaban temas que competían a cada área, enriqueciendo el conocimiento y difundiendo información importante para las personas.

La coordinación Discapacidad logró un convenio con la Escuela de Equitación EQUUS para dar *equinoterapias* a niños, jóvenes y adultos que tuvieran alguna discapacidad. Esta información por supuesto apareció en El DIFusor y gracias a ello, fueron llegando más personas al DIF para este tipo de atención. También se difundía el programa de donaciones como sillas de ruedas, bastones, despensas, andaderas, que cada mes aumentaba el número de personas beneficiadas.

La fuerza que la presidenta estaba adquiriendo no pasaba desapercibida por los liderazgos políticos. Fue invitada a visitar en febrero de 2004, un lugar que se llama Corte San Pablo, territorio en disputa por los municipios de Chicoloapan y Chimalhuacán. En aquella visita a una primaria construida con salones de cartón y madera, los alumnos recibieron en una gran caravana a la presidenta del DIF.

En su discurso Ernestina destacó *“aquí estoy por trabajo, y voy a trabajar porque los niños tienen necesidades que debemos atender. Si los padres me piden apoyo para sus hijos, haremos todo lo posible por otorgárselos”*. Su presencia causó polémica porque ni siquiera el presidente municipal se había atrevido a visitar este territorio que no pertenecía formalmente ni a Chicoloapan ni a Chimalhuacán. Durante la estancia de Ernestina en la primaria, gente cercana al PRD comenzó a distribuir propaganda partidista. Comunicación Social les exigió a los responsables de esa difusión que detuvieran esa difusión hasta que la profesora se retirara de aquél lugar.

La aceptación de *El DIFusor* iba en aumento y el director del Organismo Descentralizado de Agua y Saneamiento (ODAS) solicitó al DIF que se

publicara su organigrama así como algunas acciones que había realizado hasta el momento. Comunicación Social aprovechó para pedirle una cuota de mil quinientos pesos para que apareciera su información en el órgano informativo. Con ese recurso se mandaron a imprimir volantes que se distribuirían en las Megajornadas. El ODAS le pagaba al maestro de teatro por las clases que el DIF ofrecía en su oferta cultural por lo que en cada volante se incorporaron las siglas de ODAS junto al DIF para promocionar las actividades.

En la contraportada de *El DIFusor* nuevamente la imagen de la presidenta con un micrófono de ABC radio. Ella había anunciado en este programa, organizado por la Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento, las actividades de difusión cultural así como varios logros en infraestructura y cobertura de los proyectos asistenciales. Junto a su imagen la frase *Un pueblo con cultura, es un pueblo libre*. Es importante decir que en todas las contraportadas del informativo aparecía una foto de la presidenta con una frase y el logotipo del DIF en grande.

Concurso de graffiti. Primera copa DIF de fútbol femenino. Evento de impacto el día internacional de la Mujer. Evento de cuaresma. DIFusor 6
Marzo y Abril de 2004.

Los jóvenes es un sector al que resulta difícil acercarse, así que dentro de las actividades de difusión cultural que supervisaba Comunicación Social, el coordinador solicitó a la promotora Cristina Godínez la posibilidad de hacer un concurso de Graffiti entre ellos. A esa idea se le llamó *Jóvenes en Vanguardia*. Se contactó a una pintora egresada del INBA, Ivon Limón, quien había trabajado en este tipo de proyectos con chavos en la ciudad de Nueva York, EUA y algunas delegaciones del D.F.

Por dos mil pesos quincenales que se le dieron como apoyo, aceptó realizar el concurso con jóvenes invitados del Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos del Estado de México (CECYTEM), campus Chicoloapan. Su director puso muchas trabas argumentando que el DIF no sabía nada de

cultura y que ese tipo de proyectos o concursos le parecían un desperdicio porque no servían para nada a los jóvenes.

Se insistió mucho hasta que el director aceptó convocar a sus alumnos y pudieran participar. La pintora le dio un pequeño giro a la propuesta para que no sólo se dibujara graffiti sino también pequeños murales. Con la compañía COMEX sucursal Chicoloapan se gestionó la donación de las pinturas. Con algunos directores se solicitó la donación de materiales como madera, brochas, cubetas, escobas, trapos y parte del material que ocuparían los muchachos. Por supuesto que los jóvenes necesitaban tiempo para practicar y plasmar sus ideas en un tablón de madera y entrar al concurso. Se le propuso al director que el tiempo dedicado por los jóvenes se los aceptara como servicio social. Con muchas negativas y pretextos, al final aceptó.

El resultado fue muy interesante porque la idea original era pintar Graffiti y los treinta jóvenes que se inscribieron, llegaron precisamente con esa idea, pero cuando la pintora les abrió el abanico de posibilidades para dibujar murales, la mayoría de ellos se inclinó por plasmar imágenes religiosas y prehispánicas.

El proyecto al final se convirtió en una importante exposición que se presentó en la sala de usos múltiples del Ayuntamiento así como de algunas escuelas, casa de cultura y eventos públicos como escenografía. La premiación consistió en quinientos pesos para el primer lugar, trescientos para el segundo y cien para el tercero, todos con un reconocimiento. El evento estuvo amenizado por un grupo de música SKA y bailes de danza folclórica.

Comunicación Social había entrado en los terrenos de difusión cultural, así que enfocó la idea de hacerlo con el deporte organizando el primer torneo de fútbol femenino llamado *PRIMERA COPA DIF*. En coordinación con la Dirección del Deporte del H, Ayuntamiento se contactó a un promotor – entrenador quien invitó a filiales de fútbol femenino de liga profesional. Con ese contacto llegaron equipos femeniles de PUMAS, CRUZ AZUL, ATLAS,

ATLANTE, PUEBLA los cuales compitieron contra equipos locales del municipio chicoloapense VALENCIA, CECYTEM, y PREMIER.

El responsable de Comunicación continuaba con el apoyo en la logística de eventos diversos así como el envío de oficios para el alquiler de lonas, sillas, mesas y mamparas con la leyenda que correspondía a cada ocasión. En ocasiones redactaba los programas de ceremonia.

El 12 de marzo de 2004 DIF llevó a cabo un evento de gran impacto con motivo de la clausura del *Día Internacional de la Mujer*. Estuvieron representantes del Instituto Mexiquense Estatal y Municipal, algunos regidores y por supuesto la presidenta del DIF y el presidente municipal.

No se calculaba aún el nivel de trascendencia logrado entre las personas hasta aquel día. La única difusión que Comunicación realizó, fue la distribución de mil invitaciones que se repartieron a la responsable del Instituto con sede en el DIF. La cantidad de mujeres que llegaron inesperadamente fue mayor a las invitaciones. El impacto fue tal que la fila para entrar al inmueble donde se realizaría la clausura, generó embotellamiento vial.

Muchas mujeres se retiraron enfadadas porque no pudieron entrar al inmueble. Se rumoró durante dos semanas que el DIF por vez primera fracasaba en un evento. Esos comentarios entre otros, obligaron a enviar el siguiente mensaje que aparecería dos semanas después del evento en una página completa tamaño tabloide de *El DIFusor*.

A TODAS LAS MUJERES DE CHICOLOAPAN LES ENVÍO UNA DISCULPA PÚBLICA

El pasado 12 de Marzo el Instituto Mexiquense de la Mujer y el DIF Chicoloapan llevaron a cabo la Clausura de los eventos realizados durante la semana del 8 al 12 de Marzo, conmemorando el Día Internacional de la Mujer. Entendemos la confusión de los motivos por los cuales fueron invitadas cientos de mujeres, entre madres solteras, adultas en plenitud, amas de casa,

trabajadoras, jóvenes entusiastas y algunas más que dejaron de hacer labores importantes para acompañarnos.

Aclaremos que no se trató de una cena, ni de un baile, tampoco de una comida y mucho menos de un evento con las características del baile organizado por el DIF en honor a los Adultos en Plenitud el año pasado. Comunicamos que el motivo era la culminación de las actividades antes realizadas, con una conferencia, algunas rifas y actuaciones artísticas, así como un pequeño refrigerio. Debido a la saturación de personas que asistieron al evento, la plática no se logró llevar a cabo.

Quedamos sorprendidos del gran interés que mostraron tantas mujeres por asistir a esta clausura y lamentamos sinceramente el que muchas de ustedes no hayan accedido al inmueble, sin embargo, me comprometo a que en el mes de mayo, se les invite y se les atienda como se merecen: con un gran baile, con abundantes refrigerios y muchas sorpresas; por supuesto en un lugar más adecuado.

Esta administración está comprometida con todas ustedes.

Mujer “Mira de frente al sol y no podrás ver las sombras”

A T E N T A M E N T E

“Por una integración familiar y cultural”

Lic. En Educación I. Ernestina Galicia de Hernández

*Presidenta del Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia en
Chicoloapan. Marzo 2004*

La presidenta Ernestina revisó este mensaje redactado por Comunicación Social y lo aprobó sin modificación alguna. En marzo de 2004, arrancaron los trabajos de remodelación del Centro Histórico del municipio. En una parte de la explanada usada como estacionamiento se encontraba una placa conmemorativa de los *Juegos Olímpicos de México 68*. Chicoloapan, convertido en municipio había recibido la llama olímpica y el único recuerdo era

esa placa. Llegaron al DIF rumores que debido al deterioro de la misma, la dirección de Obras del Ayuntamiento tiraría el pedazo de concreto.

Inmediatamente Comunicación Social exhortó a la directora del DIF que enviara una petición en la que solicitara el rescate de esa huella del olimpismo en Chicoloapan. Se gestionó con el presidente, la presidenta del DIF, el director de educación y el síndico para que apoyaran esa petición no sólo de rescate sino también de restauración. Se logró lo primero, pero no la restauración. Hoy esa placa se encuentra en la explanada principal frente al kiosco municipal.

En abril de 2004 se organizó un *evento de más de mil mujeres* en el Auditorio Municipal convocadas por la coordinación de Nutricionales con motivo de los festejos de cuaresma. Estas mujeres desde que inició la administración fueron inscritas para recibir diversos apoyos como despensas a madres solteras, cursos sobre la preparación de alimentos nutritivos a bajo costo, pláticas nutricionales, ect.

En todos los eventos masivos realizados por DIF hasta el momento, las personas se transportaban de manera voluntaria y cubriendo el costo del traslado a diferencia de los llevados a cabo por el Ayuntamiento que pagaba la contratación de microbuses o autobuses para traer gente a sus eventos. En la portada de *El DIFusor* no. 6 apareció una foto que sustentaba la cabeza *Miles de mujeres acudieron a la invitación del DIF*. En este número comenzaba a reflejarse una mejor distribución visual de espacios y la información en interiores se encontraba más resumida con imágenes de soporte. En la contraportada, entre otras cosas, la imagen de la presidenta con la frase *Ustedes nos exigieron trabajar y eso, estamos haciendo*.

Evento de impacto político social de discapacidad. Publicidad de contra ataque. Sondeos de opinión. Impacto de eventos deportivos aprovechados para fortalecer imagen institucional.

Mayo 2004.

El 2 de mayo de 2004 el DIF y el Ayuntamiento festejaron a los niños que tienen discapacidad. Era la primera vez que se realizaba un evento de este tipo dedicado a estos pequeñines. Se contactó a la presidenta del deporte sobre sillas de ruedas del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) quien invitó al Ballet en Silla de Ruedas del IMSS subcampeones mundiales, así como al equipo de básquetbol en silla de ruedas y al medallista olímpico *Juan Ignacio Reyes González*.

Comunicación Social fue responsable de la logística del evento en lo que se refería a escenografía, discurso de la presidenta y redacción del programa de ceremonia. En esta ocasión participó el ODAS municipal. La coordinación de discapacidad del DIF gestionó patrocinios con la Escuela Mexicana de Equitación, DIF Estado de México, Coca – Cola Texcoco, Central de Abastos, Industrias Citrel, Rodeo Texcoco, Consorcios ARA, Centro de Rehabilitación Visual, Confederación de Tianguistas, Alquiladora La Pachanga y DIF Texcoco.

Asistieron aproximadamente mil trescientas personas entre adultos, jóvenes y niños. Al centro de la escenografía, aparecía rotulado el logo del DIF que eran las caritas de una familia. Las letras BIENVENIDOS en la parte superior, y a los lados las frases *Gracias a ti fortalecemos emociones y por ello en Chicoloapan seguimos sembrando una nueva esperanza*. Los logotipos del DIF, Ayuntamiento y ODAS así como dos murales del concurso de graffiti que se realizó entre jóvenes. En la parte inferior del templete, rotulados cuatro globos que contenían las figuras de cuatro discapacidades.

El evento comenzó con un gran desfile cuya atracción principal eran dos carros alegóricos bellamente decorados en los que en la plataforma principal transportaba a niños con discapacidad así como las donaciones que más tarde se entregarían como sillas de ruedas, bastones, muletas y auditivos. Adornaba el evento una calandria proporcionada por la escuela de equitación EQUUS y como atracción principal, medallistas mundiales paraolímpicos.

En ese evento la administración municipal y el consorcio habitacional así como DIF Estado de México, se comprometieron a construir la Unidad de

Rehabilitación e Integración Social. El evento fue muy reconocido, recibió muchas felicitaciones de los asistentes y la frase *Juntos de la discapacidad a la capacidad* fue ampliamente repetida por el presidente en reuniones con este tipo de personas, así como de la coordinación de Discapacidad del DIF. La invitación a medios impresos locales corrió a cargo de la Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento.

Tanto el presidente como la profesora Ernestina se comprometieron a construir la Unidad de Rehabilitación e Integración Social especialmente para la discapacidad. Un ingeniero representante de consorcio habitacional ARA reiteró el apoyo para la construcción de la misma. Un representante del DIFEM hizo el compromiso de equipar la Unidad más tarde construida. Por supuesto se difundió esta gestión de trascendencia en medios locales y estatales.

A mediados del mes de mayo de 2003, se logró incorporar la telefonía local de Chicoloapan con la del Distrito Federal. El diputado federal Jesús Tolentino, comenzó a bombardear el municipio con publicidad en la que se declaraba triunfador de esa gestión que había logrado e incluso organizó reuniones públicas en donde presentaba a personas de Telmex avalando el acontecimiento. Había surgido el órgano informativo de Tolentino llamado *GESTIÓN*. En este medio presentaba la opinión de ocho personas con fotografía en la que reconocían al diputado como el que había logrado la telefonía local.

La presidenta Ernestina solicitó a Comunicación Social publicar algo para defender a Domingo, su esposo. Lo que hizo el coordinador fue aplicar un sondeo entre quinientas cincuenta personas en distintas partes del municipio sobre la telefonía y algunas acerca del medio informativo.

Las preguntas fueron las siguientes:

- 1.- ¿Conoce usted *El DIFusor*?
- 2.- ¿Lo ha leído alguna vez?
- 3.- ¿Qué piensa de la información?

4.- ¿Qué tipo de información le gustaría que se incluyera en *El DIFusor*?

5.- ¿Está de acuerdo con la telefonía local?

Después de obtener resultados, *El DIFusor* salió la primera semana de Junio de 2004. En mayo de ese año estaba la *pumanía* desatada por el triunfo de los PUMAS de la UNAM, equipo de fútbol que había ganado el campeonato. En la tercera página interna del órgano informativo se incluyó el título *Domingo el único CAMPEÓN de la telefonía local*.

Se publicaron dos documentos que demostraban la gestión que el presidente había iniciado desde que era secretario del Ayuntamiento. También se publicó la gráfica con los resultados del sondeo y un texto que decía “el 88 por ciento de los chicoloapenses reconocen, al estar de acuerdo, la gestión que hizo el presidente municipal Lic. Domingo Hernández para incorporar al resto del municipio la telefonía local con la ciudad de México”. Muestra: 551 personas. Lugar: Cabecera Municipal, *Ésta es la verdadera opinión pública*.

Después de esta información y de un contra ataque informativo a través de ploters de la Dirección de Comunicación Social de Ayuntamiento, Tolentino jamás tocó el tema en posteriores publicaciones. En cuanto a los resultados del informativo, se publicó una gráfica con el texto: “De las personas que han leído *El DIFusor*, el 76 por ciento considera positiva la información (muy buena y buena). Con una ficha que decía: Sólo el 30 por ciento del tiraje se distribuye en Cabecera Municipal, lugar del sondeo con una muestra de 484 personas. Con ese tiraje de distribución, el 35 por ciento de los encuestados dicen haber leído el informativo.

En la pregunta número 4 del sondeo, se obtuvieron diversas respuestas, pero casi un 40 por ciento contestó que le gustaría que *El DIFusor* hablara más de política y de chismes de la presidencia municipal. En la última semana del mes, se aplicó otro sondeo con las siguientes preguntas:

- 1.- ¿Conoce usted las instalaciones del DIF? a) Sí b) No
- 2.-¿Cómo considera el trabajo y prestigio del del DIF?
Han... a) Aumentado b) Disminuido
- 3.- En caso de responder a), preguntar: ¿Desde cuando considera que han aumentado? a) Un año b) Tres años c) Seis años
- 4.- ¿Podría mencionar el tipo de servicios que ofrece el DIF?

Esta vez fueron encuestadas 363 personas en distintos lugares de la cabecera municipal y según los resultados, se publicó una gráfica con la siguiente cabeza e información tamaño tabloide con dos imágenes de los PUMAS a los lados:

EL EQUIPO DIF, CAMPEONES DE LA ASISTENCIA SOCIAL

La Opinión Pública lo Reconoce. (Foto panorámica del personal del DIF).

Texto: El sondeo aplicado por Comunicación Social del DIF se realizó con los ciudadanos de la Cabecera Municipal con una muestra de 363 entrevistas cuyos resultados significaron un gran logro para todos nosotros como equipo de trabajo ya que las personas reconocen nuestro esfuerzo y eso nos convierte en *TRIUNFADORES. GRACIAS CHICOLOAPAN*

Enseguida dos gráficas de resultados con mini textos en la parte inferior que decían: “El 53 por ciento de las personas opina que los servicios asistenciales son de buena calidad”; “El 71.5 por ciento de las personas opina que el trabajo y prestigio del DIF han aumentado desde hace un año”. Finalmente un letrero en grande “FELICIDADES PUMAS – UNAM”

El buen trabajo desempeñado por la institución mereció ser considerado sede de la Reunión de Presidentas y Directoras de la región IX del Estado de México. En esta reunión representantes del DIF Estado de México (DIFEM) anunciaron que Chicoloapan se convertía en ese momento en proyecto piloto del programa Raciones Vespertinas que impulsaba el DIFEM. Este programa se difundió ampliamente a través del órgano informativo y entre directores de

escuelas primarias en donde se detectaron índices de nutrición en pequeños entre 6 y 9 años del turno vespertino.

Construcción de la Casa del Adulto Mayor. Primer informe del DIF.

Junio y Julio de 2004

Como parte de las promesas de campaña hechas por el entonces candidato a la presidencia municipal de Chicoloapan, Domingo Hernández con el apoyo de su esposa Ernestina, el sector de los adultos mayores fue revelador en términos de atracción social. Nunca antes un candidato local tenía propuestas para ellos y menos comprometerse a construir una casa.

El 9 de julio del 2004 en los consorcios Geovillas de Costitlán, se colocó la primera piedra para la construcción de Una Casa de Recreación para los Adultos Mayores del municipio. Nuevamente la profesora Ernestina peleó para que esta casa fuese administrada y vigilada por el DIF. Para este evento en el que estuvieron representantes del consorcio GEO, autoridades del DIFEM, regidores, líderes políticos, por supuesto el presidente municipal y la presidenta del DIF *se movilizaron aproximadamente a mil quinientas personas*. A través de la Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento se solicitó la contratación de espacios en medios impresos locales para que hicieran la cobertura informativa.

En su discurso, la presidenta agradeció el apoyo de su esposo, felicitó a los abuelitos y nuevamente recordó aquella frase que casi un años antes había provocado un impacto entre la clase política y dependencias del Ayuntamiento: *“El DIF, es un equipo fuerte, difícil de vencer; a todos ustedes gracias por sus ganas de hacer una transformación en nuestra comunidad”*.

Eran meses en que se llevaron a cabo los Juegos Olímpicos Atenas 2004. Era responsabilidad de Comunicación Social, a través de *El DIFusor*, prolongar los éxitos del DIF en la mente de las personas. Se aprovechó la euforia olímpica para imprimir en la contraportada del informativo la siguiente frase:

Aspiramos a la Medalla de ORO por los importantes logros en asistencia social:

Casa de Descanso para el Adulto Mayor

Unidad de Rehabilitación e Integración Social

Sub sistema DIF, ex – Hacienda de Tlamimilolpan.

Sub sistema DIF, GEOVILLAS

Seguimos sembrando una nueva esperanza. Gracias por confiar en nosotros.

Estas frases por supuesto iban apoyadas por imágenes de los cuatro proyectos logrados; estaban los aros olímpicos, la imagen de la presidenta como siempre y en la parte superior fotos de niños, jóvenes, madres solteras y adultos mayores. En el mes de julio de 2004 se realizó el primer informe del presidente municipal Domingo Hernández. El responsable de Comunicación del DIF solicitó a la presidenta realizar su informe en el centro histórico. El personal se sentía con la fuerza para lograr un informe público en la plaza municipal, considerada siempre como un lugar de impacto para cualquier tipo de evento.

La profesora lo gestionó con su esposo quien desafortunadamente se negó a llevarlo a cabo por *cuestiones de seguridad*. Los antorchistas amenazaban con boicotear el informe del presidente y en caso de realizarse el informe del DIF pues se daría doble motivo para que Tolentino se presentara en el municipio. Días previos al informe, Comunicación Social de DIF editó un informe de dos mil ejemplares, para distribuirlo entre la gente que asistiera al evento. Esta iniciativa generó polémica porque antes de comenzar el informe del presidente municipal, el DIF comenzó a distribuir su informe.

El DIF recibió felicitaciones por la calidad del folleto, por su imagen y especialmente por la información la cual contenía datos precisos de los alcances del trabajo. En el interior del folleto del DIF, se colocó una foto muy bien cuidada de la presidenta con la frase *Una nueva esperanza*. Algunos cuestionaron si se pretendía con esa foto y frase, dar a entender que la presidenta sería candidata. La respuesta de los encargados de su imagen fue que no era esa la intención. En las páginas internas de *El DIFusor*, se publicó

nuevamente información extraída del folleto del primer informe con el refuerzo de frases como *Un año de esperanzas cumplidas, Por todo esto, vale la pena seguir confiando en nosotros;* *Ernestina, promesas cumplidas; Chicoloapan exigió trabajo y eso estamos haciendo.*

Por vez primera aparecía en un informe cifras de la tesorería del DIF que hacía públicas sobre los ingresos y egresos. De dos millones, quinientos treinta mil ciento noventa y dos pesos que el DIF tenía de presupuesto, el 11.4 por ciento correspondía al rubro de difusión e información. De la impresión de *El DIFusor* y sus tres mil ejemplares, eran once mil pesos. El resto correspondía a la compra de rollos fotográficos, de revelados, volantes, carteles, tintas de impresión, papelería propia de la coordinación.

Estamos hablando de aproximadamente veinticinco mil pesos mensuales para ese rubro. La presidenta otorgaba aquella cantidad porque en realidad estaba funcionando su imagen, la información y recibía elogios por ello. Comunicación Social de DIF redactó el siguiente mensaje con motivo del primer año que aparecería en el número 8 de *El DIFusor*, julio de 2004, aprobado por la presidenta.

A LA OPINIÓN PÚBLICA

Al igual que la energía del sol, el trabajo de esta administración también ha iluminado a quienes ven en la asistencia social un verdadero anhelo de prosperidad. Esas voces las hemos escuchado como si se tratara de nuestra propia conciencia, despertando en cada uno de nosotros el verdadero sentido de solidaridad. Cada esfuerzo de nosotros ha sido recompensado con el agradecimiento de quienes reciben día con día, nuestra atención. Sabemos que falta mucho por hacer, por ello les invito a que confíen en nosotros, porque no acostumbramos a prometer sin la certeza de poder cumplir.

Sin los engranes necesarios, la máquina no sería productiva, por eso mi equipo de trabajo es fuerte, porque se compromete primero consigo mismo y con ello logra comprometerse con los demás. Es difícil de vencer, porque los lazos afectivos del humanismo los envuelve para superar juntos, cualquier circunstancia. El personal de DIF se merece más que mi admiración y respeto.

Siempre necesitamos la herramienta que haga un movimiento decisivo para poner a trabajar todo lo demás. Gracias a Domingo y a su H. Ayuntamiento, ya que en ellos hemos encontrado la voluntad de seguir sembrando nuevas esperanzas en nuestro Chicoloapan.

Finalmente quiero decirles que un año no es suficiente para el mar de ideales guardados aún en nuestros pensamientos, falta mucho y estos seis años de un gobierno diferente, son apenas el comienzo de algo verdaderamente grande y transformador. Por eso, vale la pena seguir confiando en nosotros.

PRESIDENTA DE DIF CHICOLOAPAN

Julio de 2004

Acciones y mensajes de comunicación política. Evento de impacto con adultos mayores. Primer aniversario de El DIFusor.

Agosto – Septiembre de 2004

El principal capital político que el DIF tenía, según la mala percepción de sus detractores, eran precisamente los abuelitos. El diputado local Manuel San Martín intentó varias veces influir a través de actividades y reuniones clandestinas con los líderes que organizaban a los viejitos con el fin de arrebatárle ese liderazgo a la presidenta del DIF sin lograrlo porque la profesora siempre les llamaba a los líderes para decirles “no quiero que andes trayendo a los viejitos de aquí para allá sin mi autorización”.

Cuando se aproximaba el festejo que el DIF haría, el diputado local Manuel San Martín convocó a un concurso que le llamó *Moviendo la Polilla* en el que premiaba con diez mil pesos a la pareja de viejitos que más aguantara bailando danzón. Su convocatoria fue un fracaso porque no reunió mucha gente y los que se inscribieron eran demasiado jóvenes. Rumores de personas cercanas al diputado comentaron que él responsabilizó al DIF y a su presidenta del fracaso de su evento. El DIF había prohibido la participación de los abuelitos en su evento, comentaban sus allegados.

El presidente municipal publicó en este *DIFusor* no. 9, Septiembre de 2004 el siguiente mensaje:

“No ha sido fácil el caminar y menos el actuar, pero puedo decir que encaminar un proyecto resulta complicado, pero con voluntad, sensibilidad y querer hacer, resulta positivo. Todo esto sucede actualmente en el DIF. Quiero decir que a pesar de los obstáculos, las inercias y las limitantes, aplaudo de manera sincera, la labor fructífera del Sistema Municipal DIF Chicoloapan que preside mi esposa, la Profra. I. Ernestina Galicia Pérez; agradezco y reconozco al equipo fuerte, decidido, valiente y difícil de vencer, que apoya esta gran labor desde la intendencia hasta la Dirección, que han hecho posible palpar y ver resultados en beneficio de una comunidad que tiene fincada una esperanza y que la hacen realidad día con día.”

Con agrado enuncio en este espacio informativo que el ir creciendo, ha hecho un trabajo bien organizado, coordinado; ha hecho una humanidad sin mediocridad y distingos, se aprende a cultivar dejando huella, trasladando todo lo que más se pueda a la comunidad el servicio, atención, apoyo, mejorando en programas, aumentando la capacidad creadora, anteponiendo cualquier interés particular sobre el general en nuestro ámbito territorial. Debemos seguir creciendo en el lado humano con responsabilidad, con una seguridad alimentaria a nuestros niños.

El pasar de la discapacidad a la capacidad es notorio, del estorbo a la grandeza de curar no sólo en lo físico sino en lo mental pasando de un actuar de lo local a un actuar global, pensando diferente, con principios y agendas estratégicas bien planeadas, es halagador que las demandas se vean sustituidas por el aumento de una política pública dirigida a los que menos tienen. Por todo esto, te expreso las gracias a ti DIF, a Tina y, expreso la urgencia de hacer más con menos y hacer más por los que menos tienen. Enhorabuena.”

DOMINGO HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ.

Presidente Municipal de Chicoloapan.

De manera interna también se recibieron felicitaciones que fueron publicadas. En este número de *El DIFusor* se hizo un ajuste en el presupuesto y tiraje para lograr editar el informativo con la portada, contraportada y dos páginas centrales a color. Eso costó menos tiraje, de tres mil a dos mil ejemplares, pero lograba una nueva imagen.

Una novedad de esta edición fue la creación de un personaje tipo caricatura al que le llamaron *Súper DIF*. Era un dibujo infantil con alas vestido con traje de súper héroe y un cinturón con las letras DIF en el centro. Esta idea tipo cómic estaba dirigida hacia los niños y las primeras viñetas hablaban de la discapacidad.

Entre Julio y Agosto de 2004 la presidenta gestionaba con su esposo y regidores el aumento de la partida presupuestal que recibía la institución la cual correspondía al 12 por ciento. Se solicitaba el 15 por ciento. La justificación era que el sistema municipal había crecido considerablemente y por ello necesitaba más presupuesto. En el cabildo todos los regidores aprobaron el incremento, excepto uno. Debido a eso, se publicó en Septiembre de 2004 el siguiente mensaje:

GRACIAS A LOS REGIDORES QUIENES APOYARON EL FORTALECIMIENTO DE LA ASISTENCIA SOCIAL CON MÁS RECURSOS PARA DIF CHICOLOAPAN EN BENEFICIO DE LA COMUNIDAD VULNERABLE.

Alberto Mendoza Galicia.

José Luis Mondragón Gámez.

Blanca Estela González Luna.

Miguel A. Arauza Romero.

José Pineda Rodríguez.

Socorro Medina Aguilar.

Ma. Hilda Medina Morales.

Carlos Carmona Arias.

La misión de un regidor es velar por los intereses de la comunidad y es lamentable que el cuarto regidor, José Jaime Venegas Díaz, no haya estado de acuerdo para beneficiar con servicios asistenciales de calidad a las personas cuyos recursos económicos, son escasos. Entonces, ¿Cuál es su obligación con la sociedad?

La profesora, como era llamada Ernestina Galicia, había adquirido una gran importancia al grado que muchos enemigos internos y externos comenzaron a suponer y rumorar que en realidad quien gobernaba era ella y no el presidente. Hasta entonces, la presidenta del DIF no había realizado convenios de carácter político, ni algún tipo de negociación en ese sentido. Inesperadamente comenzaron a salir volantes e información en su contra de medios locales a quienes no se habían contratado espacios publicitarios.

Fuertemente comenzaban a correr rumores de que el incremento aceptado por el cabildo para aumentar los recursos del DIF, respondían al

interés de la presidenta para buscar ser candidata a la presidencia municipal de Chicoloapan para el período 2006 – 2009. Comunicación Social del DIF publicó el siguiente mensaje:

A LA OPINIÓN PÚBLICA:

El trabajo de una institución de asistencia social se dispersa en lugares fértiles para esta labor altruista, es decir, en aquellas zonas donde la comunidad más vulnerable socialmente requiere de nuestra atención. El DIF Chicoloapan ha venido extendiendo sus brazos de tal suerte que hoy, además de las instalaciones centrales en la Cabecera Municipal, también se ha dado la apertura de dos centros integrales de atención tanto en la Ex - Hacienda de Coxtitlán (BETA) como en GEO Villas de San Isidro. Es por ello que la presidenta I. Ernestina Galicia de Hernández, se ha dado a la tarea de gestionar con el presidente Domingo Hernández y su honorable cabildo, el aumento de la participación económica que mensualmente recibe el DIF.

Para beneficio de la población chicoloapense, el sistema cuenta con más personal para lograr abarcar las múltiples necesidades de atención social; tiene dos sub-sistemas que sostener; ha incrementado la cobertura de sus programas asistenciales; el préstamo de nuestra Unidad Móvil Médico-Dental por DIFEM, requiere de equipo nuevo y mantenimiento; el programa de Promoción Cultural que comienza a dar frutos, necesita de apoyo; los ejercicios acuáticos, los talleres de sensibilización y otras actividades que se ejecutan con niños que tienen alguna discapacidad, por supuesto necesitan recursos; los estudios de colposcopia para mujeres delicadas de salud, requieren de equipo médico especializado; el incremento de las despensas demanda bodegas más grandes; los talleres productivos no cuentan con la infraestructura adecuada; las Mega Jornadas se subsidian para otorgar un beneficio mayor; así podríamos seguir ejemplificando las diversas actividades que encabeza el Sistema Municipal DIF Chicoloapan, sin embargo, los recursos económicos comienzan a ser insuficientes y se corre el riesgo de abandonar estas acciones en beneficio de las personas y comunidades más vulnerables del municipio.

Lamentablemente algunas personas de manera irresponsable e ignorantes del altruismo de la asistencia social, han sugerido en mediocres comunicados informales, que la intención de aumentarle el presupuesto al DIF responde a intereses de carácter político en beneficio de una figura que ha dignificado la participación de la mujer en los espacios públicos: la profesora I. Ernestina Galicia de Hernández, a quien han pretendido comparar con la esposa del presidente Vicente Fox. La presidenta del DIF tiene un espíritu humanista, transformador, progresista, contemporáneo y hambriento de justicia social. La profesora ha demostrado su eficacia y productividad al frente de esta institución. Si ha logrado todo esto, pensemos en qué podría hacer por la comunidad si ella defendiera y luchara por un derecho político superior, sin embargo, se lo dejamos a la imaginación. Finalmente reconocemos el compromiso social de los Regidores hacia la ciudadanía que se refleja a través de sus acertadas decisiones.

Coordinación de Comunicación Social

del Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia en Chicoloapan.

Septiembre de 2004

En la contraportada de ese número 9 de *El DIFusor*, septiembre de 2003, aparecía a color la fotografía de Ernestina. En letras grandes junto a su foto la palabra *PRESIDENTA* y con letras más pequeñas *en DIF*. Nuevamente la frase *Sí FUERZA DIF*. Junto a la imagen de Ernestina la frase *Edificamos el progreso*. Al centro fotografías de las megajornadas recordando que llevábamos hasta ese mes, cuatro mil doscientas veinte un personas beneficiadas.

Acercamiento con el Congreso de la Unión Federal. Gestión con organismo internacional. Colocación primera piedra de la Unidad de Rehabilitación e Integración Social. Difusión cultural.

Octubre de 2004.

La presidenta tuvo un acercamiento con el Lic. Miguel Moreno, Secretario Técnico de la Comisión de Salud en la Cámara de Senadores y con

el Lic. Juan José García Ochoa Presidente de la comisión de Relaciones Internacionales de la Cámara de Diputados. El motivo fue la gestión de un aparato llamado Colposcopio que sirve para detectar el virus del papiloma humano que provoca el cáncer cérvico uterino.

El evento se realizó en una de las zonas marginales de Chicoloapan, San Isidro. Para esa ocasión no sólo se invitaron a los legisladores, sino también a líderes para que trasladaran a su gente y el evento fuese concurrido. El evento se potenció con una megajornada de salud. Algunas de las condiciones que pusieron los legisladores para visitar esta zona fue el transporte, seguridad y medios de comunicación.

El proceso de gestión se había realizado durante dos meses y entraba a la etapa final por lo que era factible darlo a conocer. Además de la presidenta, los legisladores por su parte contactaron a la fundación internacional CÁRITAS junto con el patronato de la Asociación Civil OMAC. A través de estas asociaciones se lograría la donación del equipo. Desafortunadamente en aquéllos días se produjo el TSUNAMI en Indonesia y la fundación CÁRITAS suspendió todos los apoyos para destinarlos a los damnificados en Asia.

El DIFusor no. 10, Oct – Nov 2004, se encargó de darlo a conocer masivamente y la clase política chicoloapense se mostró sorprendida por el nivel de gestión que la profesora estaba realizando. El DIF Chicoloapan logró que el DIFEM lo eligiera como sede de varias reuniones estatales como la de odontólogos en la que recibieron felicitación por el primer lugar en productividad. Después la de Nutricionales, en donde el programa *HORTADIF* fue reconocido así como la organización en la distribución de despensas. En esos días se logró el comodato de una Unidad Móvil Médico Dental.

La coordinación de Nutricionales conmemoró el Día Mundial de la Alimentación a la que asistieron más de mil mujeres. Comunicación Social organizó el programa de actividades y envió oficios de apoyo para el préstamo del Auditorio Municipal, la elaboración de la mampara con el letrero correspondiente y préstamo de sillas así como del sonido.

El DIF dio la apertura de talleres como aplicación de poliéster, pintura, escultura, lenguaje de señas, conservas y terapias físicas para niños con discapacidad. Se inició el proyecto de Ballet en Silla de Ruedas. Se establecieron convenios con asociaciones como Club de Leones de Clavería, Fundación Televisa y Ronald Mc´ Donald.

Lo más importante para difundir fue la colocación de la primera piedra que daría el banderazo para la construcción de la Unidad de Rehabilitación e Integración Social (URIS). En las páginas interiores de *El DIFusor* no. 10 se había publicado la sección del cómic *Súper DIF* que esta vez mostraba con dibujitos el uso del condón. La frase *La sexualidad se disfruta más con responsabilidad* soportaba la intención del cómic.

Esta sección recibió algunas protestas de servidores públicos y personas que llegaban a DIF comentando que esas imágenes eran pornográficas y que incitaban a los adolescentes a tener relaciones sexuales. La directora apoyó la decisión de continuar con esa sección que tenía el objetivo de informar a los adolescentes temas de educación sexual y sobre todo del uso de preservativos. El siguiente DIFusor no. 11, publicaba nuevamente con dibujitos el uso de los óvulos para las mujeres sin recibir reclamación alguna.

Como responsable de la difusión cultural, Comunicación Social aceptó organizar con algunos grupos pro – indígenas del estado, conferencias como el Taller de Juegos Prehispánicos, Calendarios Prehispánicos y Medicina Tradicional. Se invitaron a estudiantes de primarias y secundarias del municipio quienes con ciertas dificultades lograron asistir a estos eventos llevados a cabo durante octubre del 2004 en el Auditorio Municipal.

En la contraportada de *El DIFusor* no. 10 se continuaba fortaleciendo la imagen de la presidenta con la frase *FUERZA DIF y La nobleza de la mujer, nuestra esperanza* con su foto a un lado. El anterior número en la contraportada aparecía con letras grandes la palabra *PRESIDENTA* sobreimpresa en una imagen de Ernestina, provocando la petición de la misma Ernestina y algunos servidores públicos de que no apareciera esta palabra

demasiado grande y tan pronunciada porque podría confundir a la gente en cuanto a ciertas intenciones electorales.

Gestión de la natación terapéutica. Gestión para la visita de la presidenta del DIF Estado de México, Maude Versini de Montiel.

Diciembre de 2004

DIF Chicoloapan gestionó con el CLUB de NATACIÓN AQUÁTICA para ofrecer cursos de NATACIÓN TERAPÉUTICA. Asistió el director de Atención a la Discapacidad del DIF Estado de México, José Antonio Meneses y resaltó que este tipo de actividades eran únicas en el Estado de México, no conocía otro municipio en el que se ofrecieran. Ese día el tesorero del Ayuntamiento otorgó treinta becas para niños con discapacidad. Al interior de *El DIFusor*, edición especial Diciembre de 2004 apareció la frase *Lo mejor del 2004 es el crecimiento para la grandeza del 2005* y así fue.

Uno de los objetivos verdaderamente importantes que se trataba de lograr, era la visita de la presidenta del DIF Estado de México, esposa de Arturo Montiel, la Lic. Maude Versini de Montiel. En la clase política chicoloapense y entre los sistemas municipales del DIF, el que la representante estatal visitara un DIF municipal era de gran trascendencia e impacto para los políticos.

La presidenta Ernestina se entrevistó personalmente con ella. El DIFEM contaba con un coordinador regional, el Ing. Emilio González a quien siempre se le entregaban dos ejemplares de *El DIFusor* para que su jefa se informara de las actividades. En realidad no se puede comprobar si entregó o no el informativo, lo que se supo fue que la Sra. Versini estaba en realidad informada sobre lo que hacía el DIF Chicoloapan, según diría la presidenta Ernestina.

Le prometió hacer la visita al DIF Chicoloapan. La presidenta le habló de la Unidad de Rehabilitación e Integración Social en construcción y le ofreció ir a inaugurarla. También aprovechó para hablarle de la necesidad de una guardería. Se comprometió a gestionarla con su esposo Arturo Montiel, sin

embargo, nunca se obtuvo respuesta al respecto durante los dos siguientes años de administración.

Comunicación Social responsable de organizar uno de los eventos públicos de mayor impacto político – social del DIF: HABILITÓN.

Diciembre 2005 – Marzo 2006

El proceso de este evento quedaría sustentado por el testimonio de quien fuera el responsable de la logística, Mario Fernando García Hernández, coordinador de Comunicación Social del DIF:

“Por aquellos días de diciembre tras la visita del director de Atención a la Discapacidad del DIFEM, nos recomendó asistir a un evento de recaudación voluntaria entre la comunidad para apoyar a las personas de discapacidad en los DIF municipales. Las responsables de esa área platicaron conmigo porque la jefa de personal no les había dado permiso para asistir a esa invitación, así que persuadí a la jefa para que las apoyara con viáticos y fueran a ese evento que podría ser importante.

El evento según me comentaron se llamó ZAPATÓN. El municipio tenía fama de vender zapatos. En otro lugar le habían puesto OROTÓN, porque antes había minas de oro. En uno más era OTOMITÓN porque el municipio tenía gran tradición otomí. Las responsables de discapacidad me pidieron que desarrollara un proyecto similar para presentárselo a la presidenta del DIF.

Fue así como nace el evento llamado HABILITÓN Chicoloapan 2005. El nombre yo lo sugerí. Junto con mi auxiliar diseñamos un logotipo que era un brazo extendido y al final la mano se abría para soltar unos globos que contenían el símbolo de tres discapacidades. Al inicio del brazo aparecía una silla con ruedas. Todo en posición diagonal inclinándose hacia el lado derecho. La frase quedó: échanos la mano para ... volar.

En aquél proyecto tenía que designar comisiones con personal tanto del Ayuntamiento como del DIF. La logística no fue nada fácil porque era mi

responsabilidad crear un cronograma de actividades, pensar en qué tipo de gestiones tendríamos que hacer para obtener recursos, se trataba de movilizar gente la cual no estábamos seguros de que quisieran participar. La difusión sería muy importante para *el posicionamiento del evento*. Una vez logrado el diseño de la publicidad, ésta apareció en El DIFusor no. 11 que salió la primera semana de enero del 2005.

Después de varias horas de trabajo logré armar el proyecto y se lo presentamos a la presidenta del DIF. Quedó muy entusiasmada y solicitamos de inmediato una junta con el presidente municipal, quien se mostró muy reticente por el éxito que pudiera o no tener nuestra idea. La presidenta nos apoyó al convocar a una reunión general entre directores del Ayuntamiento como del ODAS y DIF.

Conforme íbamos avanzando en la presentación de la idea, nos dimos cuenta de la trascendencia del evento y del impacto político que éste generaría. Llegó un momento en que la dimensión del proyecto estuvo a punto de ser incontrolable porque todos querían participar y tomar decisiones al respecto. En la parte de difusión, tuve que hacer diseños de cartel, volante, calcomanías, diseño para pinta de bardas, grabación de audio para el perifoneo, diseño para playeras bordadas y estampadas, espectaculares, inserciones en medios impresos, gorras y alcancías. Fue un evento verdaderamente de gran impacto.

Llegamos a grabar un video con el medallista mundial paralímpico Juan Ignacio Reyes González y un tema musical especial para el momento. Para la producción del video se invirtieron treinta mil pesos y por supuesto se usaron a bastantes personas. El tema musical lo donaron. Contactamos al responsable de gestionar patrocinios como el de Cervecerías Cuahutémoc - Moctezuma. Para esta labor me dediqué a imprimir decenas de carpetas con toda la logística del proyecto.

Teníamos que dar motivos fuertes para la recaudación, así que lo primero que se me ocurrió y que en realidad lo necesitábamos, era equipar la Unidad de Rehabilitación e Integración Social. Hacía falta la contratación de los

terapeutas y muchas cosas más. La Unidad para el mes de marzo en que teníamos planeado el HABILITÓN ya estaría concluida su construcción.

La meta fue recaudar medio millón de pesos. La Cervecería aceptó patrocinarnos el evento a partir de las cinco de la tarde. El DIF tendría que hacerlo desde las once de la mañana. Tuvimos que buscar elenco artístico sin que nos cobraran un peso. Lo conseguimos.

El Ayuntamiento se distanció de las actividades hasta dos semanas antes, cuando todo estaba ya en marcha. Repartimos trescientas alcancías entre los líderes de las colonias para que hicieran su recaudación. Organicé una conferencia de prensa en la que estuvieron presentes el presidente municipal, la presidenta del DIF, Juan Ignacio Reyes Gonzáles el medallista paraolímpico ya que la URIS llevaría su nombre, así como el patrocinador que fue la Cervecería.

A los medios de comunicación que llegaron, les entregué una carpeta con toda la información sobre el HABILITÓN. Para mí era muy claro que si no lográbamos *posicionar* el evento entre la comunidad, todo sería un fracaso. El presidente no estaba dispuesto a apoyarnos hasta que vio que todo era en serio y la organización ya entraba en su etapa final.

Recuerdo que para la difusión, primero comencé a posicionar la frase *Primer Habilitón* en bardas y carteles sin explicar qué era. Mi intención era generar incertidumbre, que las personas se preguntaran de qué se trataba eso. Mi estrategia consistía en provocar curiosidad y después darles toda la información. La logística me tenía bastante ocupado cuando comenzó a salir la primera etapa del posicionamiento del evento.

Esta primera parte provocó polémica entre los servidores del Ayuntamiento al reclamar que no estábamos explicándole a la gente de qué era el evento. Exigían que se corrigiera el error y la presidenta habló conmigo al respecto. Le expuse mi estrategia. Le expliqué también que los apoyos para publicidad habían llegado tarde por falta de recursos económicos. La

cervecería encargada de distribuir los carteles de los grupos que asistirían, también se demoró. Llegó un momento en que todos estaban muy preocupados por la forma en que había yo decidido difundir el evento.

Una vez que tuve toda la publicidad completa y además haber logrado la atención de la comunidad, en sólo dos semanas logré posicionar el HABILITÓN. La movilización de los líderes para nosotros no era garantía como en eventos anteriores porque cuando ello ocurría, las personas permanecían de dos a tres horas en el evento y se retiraban. Aquí necesitábamos gente que estuviera desde las once de la mañana hasta morir.

No faltó quien comentara que si la gente no llegaba sería por la mala difusión. Eso no me tenía muy tranquilo, sobre todo porque no solo era la difusión mi responsabilidad sino la logística del evento y sus comisiones. El día domingo 13 de marzo de 2005 afortunadamente las personas llegaron, la preocupación fue desapareciendo, hasta que finalmente concluyó exactamente como lo habíamos planeado.

Ese día las comisiones que había designado funcionaron en un ochenta por ciento. La gente llegó desde las once de la mañana y fue creciendo conforme avanzaba el día. Las donaciones comenzaron a llegar desde cincuenta pesos de personas ahí presentes, hasta de veinte y treinta mil pesos de microempresas que habían decidido aportar su donativo.

Por las ocho de la noche habíamos llegado a penas a la mitad de la meta. Decidí sugerirle a la presidenta que *sacáramos nuestro as bajo la manga*. Ya nos había costado mucho trabajo realizar el evento como para no llegar a la meta. Días previos el DIF Estado de México se comprometió a equipar parte de la URIS donándonos en especie la cantidad de doscientos cincuenta mil pesos.

Esa cantidad en especie ya la teníamos. A las doce de la noche se anunció que el DIF EDOMEX había donado en especie la cantidad de doscientos cincuenta mil pesos, más lo recaudado en ese momento, daba un total de seiscientos veinte mil pesos. EL DIF HABÍA SUPERADO LA META.

Comunicación interna entra en conflicto. Acciones y mensajes de comunicación política. Sondeo sobre actividades de difusión cultural.

Enero y Febrero de 2005.

El DIF se dio un cambio de la dirección debido a conflictos internos entre algunos coordinadores, la directora y la tesorera. La comunicación al interior de la institución comenzaba a polarizarse entre coordinadores que apoyaban a la directora y otros que estaban a favor de la tesorera. La presidenta tuvo que hablar con ambas para estabilizar el ambiente, pero no fue suficiente. Se organizaron juntas para limar asperezas y tampoco funcionó.

Los mensajes que Comunicación Social enviaba, siempre fueron de conciliación, lealtad a la presidenta y diálogo para cualquier problema. La situación comenzó a salir fuera del DIF al grado de que enemigos de la institución aseguraban la caída de la directora Ana Bertha, aquella a quien Ernestina había defendido con garras y dientes.

En el número 12 de El DIFusor, Enero – Febrero de 2005 se informó que la directora del DIF sería la nueva responsable de la Unidad de Rehabilitación e Integración Social y en su lugar quedaría Guadalupe Esther Castillo, quien fungía como asistente personal de la presidenta. Se publicó la frase *más unidos que nunca*.

Con ello se resolvían dos problemas, uno interno y otro que comenzaba a ser externo. Es importante comentar que la ex – directora no había establecido vínculos de carácter político entre los líderes de las colonias. Los tiempos políticos se aproximaban y la presidenta del DIF estaba dispuesta a entrarle. El cambio obedeció, además del conflicto interno, a cuestiones de interés político. Ernestina necesitaba una directora que comenzara a vincularse con los líderes con miras a las próximas elecciones internas del PRD y después, a la elección federal para elegir presidente municipal de Chicoloapan. La nueva directora cumplía el perfil que requería para esa labor.

Para Comunicación Social hasta ese momento era claro que la candidata sería Ernestina Galicia y la mayoría de quienes laboraban en el DIF así lo creían al igual que muchos líderes perredistas dispuestos a darle todo su apoyo. Se contaba con una importante credibilidad para impulsar con el trabajo hasta entonces realizado, la candidatura de la presidenta del DIF.

Con el fin de seguir fortaleciendo la credibilidad institucional, en febrero de 2005 el director de la Banda Sinfónica de Chicoloapan, a la cual Comunicación le organizaba sus presentaciones, compitió en un concurso del Centro Cultural Ollín Yoliztly en el que obtuvo el *Primer Lugar Nacional en Dirección de Orquesta*. Se difundió como un logro del DIF desde que la Sinfónica estaba a su cargo. Se comenzaron a recibir invitaciones para la Banda y asistir a diversas presentaciones.

En febrero de 2005 Comunicación Social realizó otro sondeo sobre la difusión cultural que desempeñaba el DIF. De 243 personas fue la muestra tomada entre diversas calles de la Cabecera Municipal.

Las preguntas hechas fueron las siguientes:

- 1.- ¿Conoce los talleres culturales que ofrece el DIF?
- 2.- Mencione algunos talleres que ofrece el DIF
- 3.- ¿Considera que esta administración tiene un proyecto de cultura?
- 4.- ¿Qué actividades culturales propondría para que las realizara el DIF?

De aquél sondeo, el 57 por ciento respondió que sí conocía los talleres. El taller más identificado fue el de danza. Y a pesar de que en cabecera municipal, de parte del Ayuntamiento no existía un proyecto de cultura, el 58 por ciento de las personas contestó que sí lo tenía. Deporte y música fueron las principales propuestas que mencionaron para que el DIF realizara. La mayoría de los encuestados fueron mujeres. Los encuestados tenían entre 15 y 30 años.

En *El DIFusor* no. 12, Febrero de 2005 se anunciaba la construcción de la Casa del Adulto Mayor así como la visita de la presidenta del DIF Estado de

México. En la sección del cómic Súper DIF seguía con la difusión del uso de óvulos para las mujeres como método anticonceptivo junto con la frase *la sexualidad se disfruta más si hay responsabilidad*. El ballet en Silla de Ruedas ya comenzaba a presentarse en varias escuelas así que no podían quedarse al margen de la difusión al igual que las graduaciones festejadas por las mujeres que habían concluido sus cursos de cultura de belleza.

Inauguración de la Casa del Adulto en Plenitud. Discurso con matiz político. Discurso y transparencia en los recursos obtenidos en el evento HABILITÓN.

Marzo 2005.

En la primera semana del mes de marzo 2005, se inauguró la Casa de Recreación para Adultos Mayores, ALFA Y OMEGA. Nuevamente la presidenta gestionó que el DIF se hiciera responsable de este inmueble y así ocurrió.

En ese mes comenzaban las campañas para elegir Gobernador del Estado de México para el período 2006 – 2012 y algunos líderes perredistas comenzaban a reunirse con los abuelitos que el DIF estaba beneficiando para sugerirles que votaran por PRD. La presidenta encargó a Comunicación Social la redacción del discurso que daría el día de la inauguración de ALFA y OMEGA. Sin mencionar los agradecimientos correspondientes, éste quedaría de la siguiente forma:

“Aquí se trata de hacer amigos, de divertirse con ellos, de intercambiar momentos que pueden ir desde los más melancólicos, hasta los más felices. Haremos un gran esfuerzo para que este lugar brille como uno de los recuerdos más felices que puedan archivar en su memoria. Aquí bailarán, aprenderán actividades productivas, recreativas y de relajación. Ustedes todavía gozan de una gran energía y su entusiasmo se verá recompensado con las actividades de socialización que deberán realizar.

Hoy en día, los tiempos se confunden mucho con los intereses políticos. Nuestros Adultos en Plenitud nunca serán, ni deben ser tratados como si representaran un capital político.

Este es un compromiso humanista, es una responsabilidad social. Si hemos sido tolerantes para endeudarnos y rescatar a banqueros, hoy es tiempo de endeudarnos para darles un beneficio a la mayoría de ustedes. Y también debemos rescatar a las personas con discapacidad, a las madres solteras, a los niños de la calle y a muchos otros, lo único que necesitamos es un poco de voluntad y sensibilidad solidaria.

Finalmente debo decirles que todos tenemos un alma generosa. Me refiero a esa alma social que también tiene ganas de unirse con este mundo material, ganas de brindar afecto, solidaridad y un gran espíritu de ayuda. El DIF representa para nosotros esa alma social porque el trabajo demostrado hasta el momento, no significa otra cosa más que las ganas de acercarnos a la gente y beneficiarla en todos los sentidos”.

Parte de aquél discurso fue publicado en *El DIFusor* no. 13, Abril 2005 que en su EDITORIAL habló sobre El Desafuero de Andrés Manuel López Obrador. En las páginas centrales se habló mucho del Primer Habilitón y en las páginas finales, se publicó el nombre y la cantidad que las personas donaron durante el evento en el que se recaudó más de medio millón de pesos.

La presidenta también solicitó a Comunicación Social que publicara en *El DIFusor* no. 13, un mensaje sobre el Habilitón en su nombre:

Una vez más quiero decirle a mi equipo de trabajo que me siento orgullosa de ellos como integrantes de un gran proyecto asistencial. Me han demostrado su gran capacidad y eso me anima para seguir adelante. Me siento satisfecha de ustedes porque son los primeros que atienden a las personas con esa amabilidad y profesionalismo que nos caracteriza. Por supuesto que hemos tenido momentos difíciles pero gracias a la comunicación han sido superados.

Quiero manifestar sorpresa y admiración porque el equipo del H. Ayuntamiento también respondió con creces a la convocatoria del DIF en beneficio de las personas con discapacidad, demostrando con ello que ¡No estamos solos! Agradezco de igual forma a todas las grandes empresas y microempresas, comerciantes, transportistas, representantes comunitarios, asociaciones no gubernamentales, músicos, luchadores, deportistas, grupos, escuelas, estudiantes, profesores, políticos, profesionistas, tianguistas, patrocinadores, regidores, directores, medios de comunicación y a la sociedad civil en general por solidarizarse con esta causa. No cabe duda que con una gran voluntad, juntos podemos sacar a nuestro municipio adelante, como lo hemos hecho en año y medio de trabajo.

A Juan Ignacio Reyes González porque él fue nuestra gran inspiración para emprender esta ardua labor generando espacios de atención a nuestra gente con discapacidad. Juan Ignacio, campeón paraolímpico es un gran ejemplo de fortaleza, desafiando los obstáculos físicos, psicológicos y sociales para imponerse como lo que es, un gran triunfador.

A mi esposo Domingo Hernández y a mis hijos por apoyarme en este reto que cada día parece ir creciendo. Finalmente quiero exhortar a todos para defender nuestras libertades porque sólo con la voluntad de la mayoría, lograremos que este municipio, nuestro Estado y nuestro país logren salir adelante para ser cada día más competitivos y más conscientes de las problemáticas sociales. Es una tarea de todos, no sólo de los representantes de la sociedad, es tiempo de que la comunidad también tome partido en la discusión y solución de nuestros rezagos.

Es bueno criticar, pero es mejor proponer y actuar

Por una Integración familiar y cultural

Ernestina Galicia de Hernández

Presidenta de DIF Chicoloapan. Abril de 2005

Se publicaban por vez primera en este *DIFusor* los servicios que se ofrecían en Sub – sistemas DIF en otras colonias así como de la URIS que comenzó a trabajar antes del evento Habilitón.

La presidenta del DIFEM visita Chicoloapan. Difusión de recursos obtenidos en HABILITÓN. Entra en vigor la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información. Acciones y mensajes de comunicación política.
Abril, Mayo y Junio de 2005

La presidenta del DIFEM, Maude Versini de Montiel inauguró formalmente la URIS en el mes de Abril 2005, al tiempo que entregó los documentos en los que la donación en especie, entregada anteriormente, se hacía oficial. Tanto en lo político como en lo asistencial, la presidenta del DIF se anotaba otro triunfo.

Aquí la logística corrió a cargo del DIFEM, organizaron todo para la visita en que la esposa del gobernador fue recibida por más de mil quinientas personas. Al final del evento el coordinador de la zona oriente Ing. Emilio Domínguez confesó que la señora Maude se había ido muy contenta porque se trataba de la primera vez en que era recibida por mucha gente ya que a sus eventos asistían pocas personas, en realidad esa cantidad de gente se reunían para el gobernador y el equipo de logística cercano a la presidenta del DIFEM llegó a dudar que DIF Chicoloapan reuniera tal cantidad de asistentes.

Se invitó al medallista paraolímpico ganador de medallas de oro en ATENAS Juan Ignacio Reyes González, pues la URIS llevaba su nombre. Comunicación Social le escribió su discurso al que no le hicieron ninguna modificación. Se le solicitó que si él podía invitar medios de comunicación nacionales, sería importante. Llegaron algunos reporteros de Televisa y cámaras de la CONADE para su programa de TV Deportivo.

En este mes Comunicación Social inició una campaña de transparencia en los donativos obtenidos durante el Habilitón. Se publicaron cuatro mil volantes que contenían en la parte superior las palabras *GRACIAS por echarles la mano*. Se desglosaban las cantidades obtenidas por boteo, en cheques, en efectivo y especie. Aparecía la foto de la URIS ya construida y de Juan Ignacio Reyes González. Al fondo una imagen en grande de la presidenta del DIF como fondo de agua.

Con ese recurso se adquirió un microbús para transportar a las personas con discapacidad y adultos mayores gratuitamente. Comunicación hizo un diseño que sería impreso en calcomanías gigantes que rodearan el transporte con imágenes de niños y adultos. Frases como *energía, trabajo, solidaridad, fuerza, alegría*, etc. Y en ambos lados una foto grande de la presidenta del DIF y del presidente municipal. En la parte trasera lateral el mensaje *este transporte fue adquirido con tu donativo en Habilitón*. En la parte de atrás el aviso *CUIDADO, Personas importantes abordo*:

Ese microbús causó reclamos y aplausos. Paseaba por todo el municipio. La imagen del DIF la veían conductores de autos particulares y del transporte público así como peatones. Era una forma de posicionamiento muy buena. Algunos hablaban bien, otros mal, pero lo importante es que hablaban del DIF y su presidenta a quien rápidamente la tacharon de protagonista, oportunista, le llegaron a decir la *martita de Chicoloapan*. Surgieron caricaturas en gacetas publicitarias locales criticándola. Nunca antes alguien había dibujado y publicado caricaturas criticando a una presidenta del DIF.

En el número 8 de la *Gaceta Municipal de Chicoloapan* que contiene las sesiones de Cabildo del 07 de Abril al 26 de Mayo de 2005, se publicó el Reglamento Municipal de Transparencia y Acceso a la Información Pública que se rige en la Leyes Federal y Estatal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental. Comunicación Social del DIF fue la primera en publicar en *El DIFusor* no. 14 Mayo – Junio 2005, algunos artículos de la Ley así como de aquella información a la que el ciudadano tiene el derecho de conocer.

Antes de publicar parte de este reglamento, la Ley menciona que cualquier persona puede dirigirse a la Unidad de gestión para el Acceso a la información, por lo que el coordinador de Comunicación Social de DIF se contactó con el contralor del H. Ayuntamiento para solicitarle el nombre del encargado de esa Unidad de gestión en el municipio y contestó que era el síndico, Rafael Gómez Alvarado.

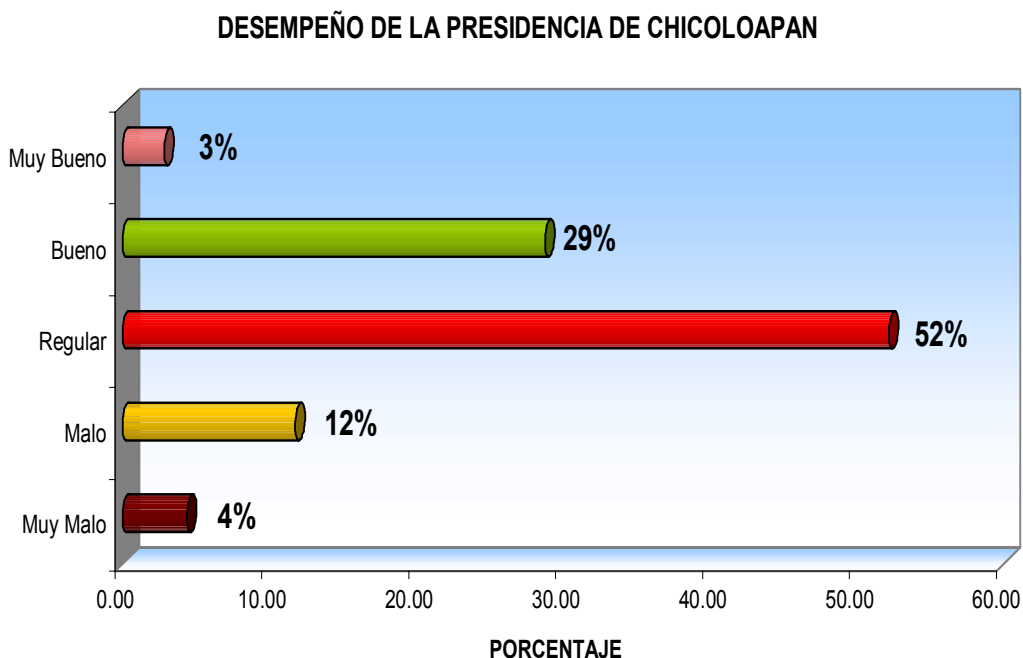
Una semana después de distribuirse el informativo el síndico se comunicó con el responsable de Comunicación Social en el DIF para que se le entregara un ejemplar donde se había publicado algo de transparencia y acceso a la información. Al aparecer, le había tomado por sorpresa que se hablara del tema públicamente, solicitó un DIFusor para saber qué era exactamente lo que se había publicado y estar preparado para cualquier petición que se le hiciera y no tener algún problema, según comentarios del funcionario.

Durante el mes de Mayo de 2005 el coordinador de Comunicación Social cursaba las cátedras de Planeación Estratégica de la Comunicación con el profesor Felipe Chao Evergengy y Taller de Marketing Político con una de las estrategias más importantes de México, Gisela Rubach en la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM. En ambas cátedras aprendió la metodología y diseño de las preguntas que conforman una encuesta profesional para medir percepciones y tendencias electorales.

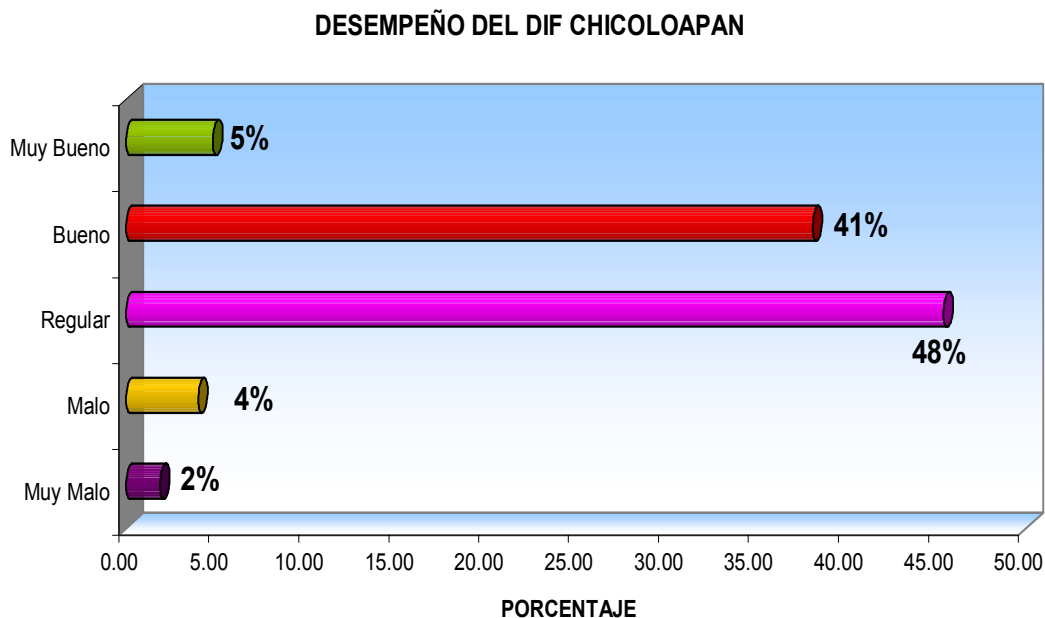
Con apoyo de los jóvenes que hacían su servicio social en el DIF, Comunicación Social diseñó un cuestionario con 21 preguntas para detectar percepción del gobierno municipal y del DIF, así como tendencias electorales para elegir Gobernador del Estado de México y Presidente Municipal de Chicoloapan si fuesen en ese momento elecciones para elegir ambos.

La encuesta se realizó entre los días 5 y 13 de mayo del 2005 en el municipio de Chicoloapan entre 852 habitantes de 18 años o más en 16 colonias, por lo que la muestra fue representativa de esta localidad. Las entrevistas se hicieron en persona en los domicilios de los entrevistados elegidos. La muestra fue aleatoria en varias etapas y los resultados muestran un nivel de error municipal del +/- 3 por ciento con un nivel de confianza del 95 por ciento. Se utilizaron 10 encuestadores. Se consideraron 5 puntos dentro de las 16 colonias elegidas aplicándose entre 45 y 54 entrevistas según el tamaño de la población. Las zonas de campo fueron mixtas, rurales y urbanas.

Los resultados más importantes para Comunicación Social del DIF con respecto al municipio de Chicoloapan fueron los siguientes:



Fuente: Gráfica elaborada por Mario Fdo. García Hdez. en Mayo del 2005.



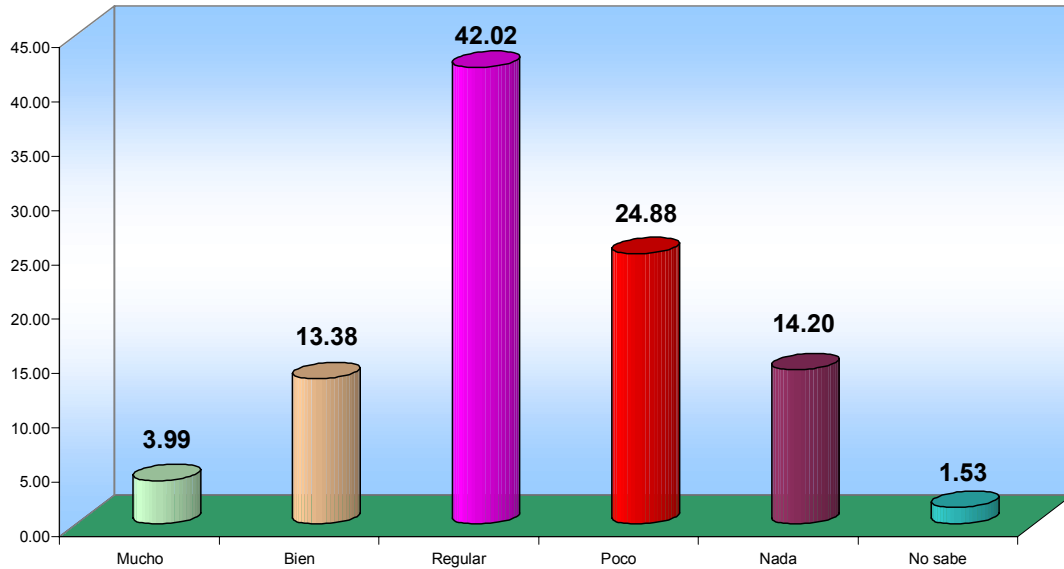
Fuente: Gráfica elaborada por Mario Fdo. García Hdez. en Mayo del 2005.

La *percepción favorable* para el DIF (obsérvese la clasificación Muy Bueno y Bueno) era superior a la de la presidencia municipal (obsérvese la

clasificación Muy Bueno y Bueno) mientras que en la *desfavorable* (obsérvese la clasificación regular, malo y muy malo) el Ayuntamiento superaba al DIF.

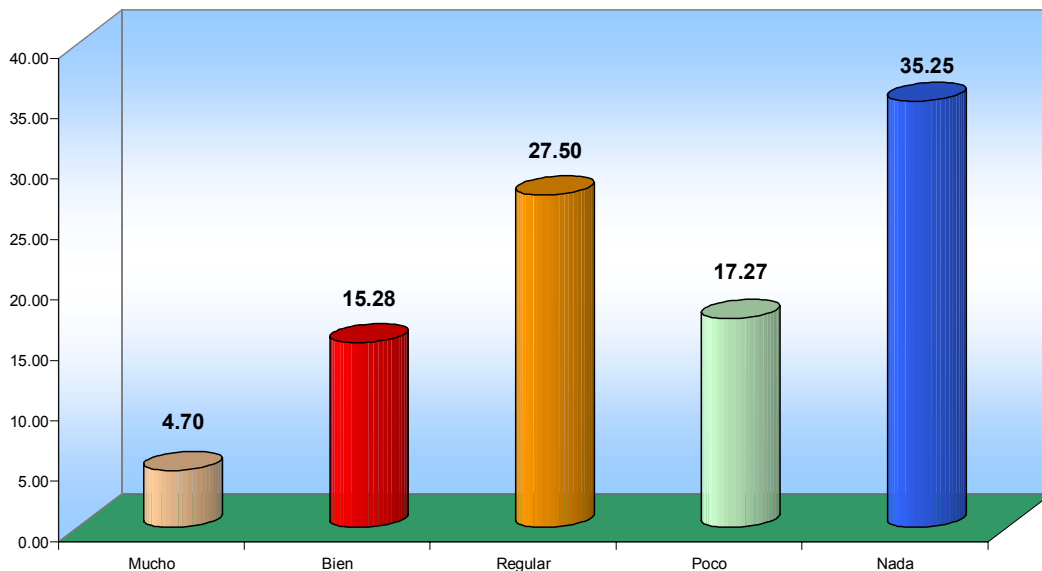
PRIMERA ENCUESTA MUNICIPAL. CHICOLOAPAN. EDOMEX 2005

¿QUÉ TAN INFORMADO ESTÁ DEL TRABAJO DEL PRESIDENTE MUNICIPAL DE CHICOLOAPAN?



Fuente: Gráfica elaborada por Mario Fdo. García Hdez. en Mayo del 2005.

¿QUÉ TAN INFORMADO ESTÁ DEL TRABAJO DE LA PRESIDENTA DEL DIF CHICOLOAPAN?



Fuente: Gráfica elaborada por Mario Fdo. García Hdez. en Mayo del 2005.

Para esta gráfica, si sumamos la percepción *favorable* (Mucho y Bien) en ambos casos, tenemos que el porcentaje en la gráfica de presidencia es del

17.37 por ciento mientras que en DIF corresponde al 19.98 por ciento. Si sumamos la percepción *desfavorable* en ambos casos tenemos que la presidencia municipal es del 82.63 por ciento mientras que para el DIF es del 80.02 por ciento. Por supuesto que si analizamos de fondo el asunto, ambas dependencias salen perdiendo en la obligación de informar al mayor número posible de ciudadanos.

Sin embargo, enfocándonos al nivel de percepción que tienen las personas sobre la información proporcionada tanto por el Ayuntamiento como del DIF, esta última institución sale favorecida. El resultado sorprende mucho porque debe considerarse lo siguiente. El presidente municipal anunció en una reunión de directores en el que trataron el tema del presupuesto, que la asignación para la Dirección de Comunicación Social sería (en el 2004) de un millón de pesos anuales lo que representaba un gasto aproximado de 83,333.33 pesos mensuales.

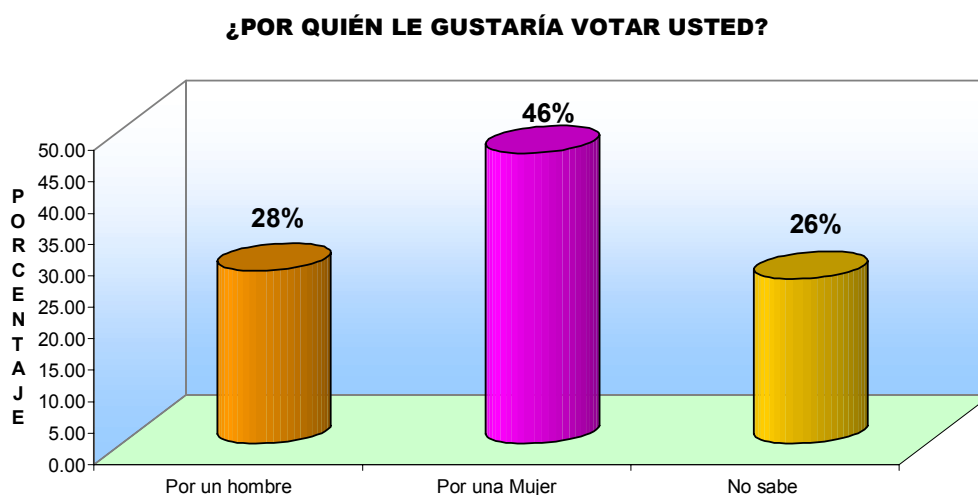
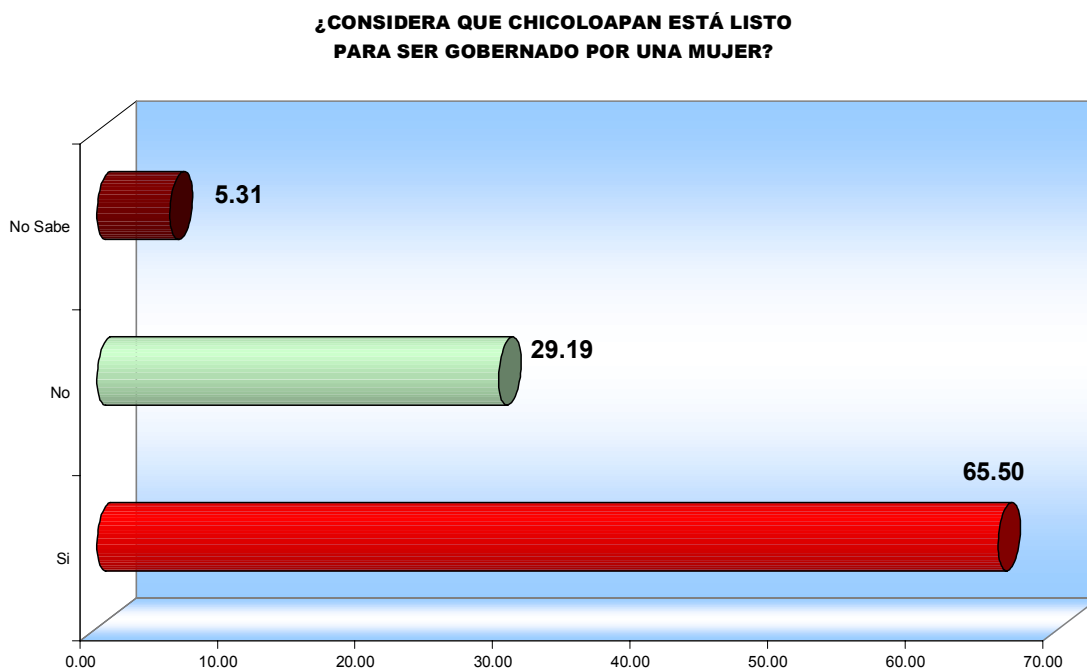
En el primer informe del DIF se publicó el gasto en el rubro de Difusión e Información que había representado el 11.4 por ciento del ingreso total, lo que equivalía a un egreso de 23,193.42 pesos mensuales que gastaba la coordinación de Comunicación Social.

Cuando se elaboró esta encuesta la Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento publicaba también su órgano informativo, mandaba a instalar anuncios espectaculares casi cada cuatro meses, organizaba conferencias de prensa, contrataba espacios de difusión en ABC radio, incluso llegó a contratar espacios en el programa de televisión con Víctor Trujillo *El Cristal con que se mira* en el que aparecieron spots del presidente municipal de Chicoloapan Domingo Hernández así como la publicación de varias noticias en medios locales impresos del Estado de México que ascendía a más de 15 medios en la etapa inicial de la administración hasta disminuir a 5 ó siete. También contrataban espacios en revistas que se publicaban cada 15 días o de manera mensual.

Comunicación Social del DIF tenía cuatro veces menos de presupuesto y sólo le alcanzaba para editar un órgano informativo, volantes y carteles, así

como la adquisición de material para el perifoneo y realización de encuestas o sondeos.

Las siguientes dos gráficas y sus resultados resultaron reveladores tanto para la coordinación como para el personal y la presidenta del DIF.



Fuente: Gráficas elaboradas por Mario Fdo. García Hdez. en Mayo del 2005.

Estas dos últimas gráficas nos hablan de una tendencia favorable para que una mujer encabezara la administración municipal de Chicoloapan. El efecto probablemente fue resultado, en cierta medida, por la presencia de numerosas mujeres en la política nacional como Martha Sahagún, Rosario Robles, Beatriz Paredes, Elba Esther Gordillo, entre otras de quienes los medios de comunicación nacionales hablaban considerablemente en ese

tiempo. Ernestina por supuesto hacía eco de su trabajo y personalidad gracias a la información y acciones de gobierno municipal.

Comunicación Social de DIF tenía argumentos, pruebas e ideas suficientes para impulsar de manera definitiva la imagen de la presidenta del DIF para buscar un peldaño superior en la vida política chicoloapense. Desafortunadamente se presentaron algunos obstáculos determinantes para no lograrlo.

Primero: los ataques para detener el ascenso de la presidenta fueron de carácter económico, pues comenzaron a detener la entrega de recursos excepto los que cubrían el pago de la nomina y nada más.

Segundo: la imagen del presidente municipal iba en declive al grado de perder autoridad entre su equipo de trabajo. El presidente no pudo evitar el golpe económico propinado al DIF por los regidores proclives al poder del diputado local San Martín.

Tercero: los rumores de que la verdadera persona que gobernaba el municipio era la presidenta del DIF y no su esposo, comenzaron a fracturar la relación de pareja y familiar entre ellos.

Cuarto: la imagen de la presidenta había llegado a importantes niveles de aceptación, que líderes perredistas y hasta priístas le ofrecieron su apoyo a una posible candidatura femenina, pero no querían ningún tipo de negociación con su esposo.

Quinto: el conflicto de pareja no sólo se dio en el terreno de la imagen pública sino de sentimientos personales, específicamente hablando, de fidelidad entre ambos. La profesora había comenzado un proceso de divorcio por la infidelidad de su esposo.

Sexto: el momento de definiciones políticas llegaba a un punto sin retorno. La presidenta del DIF hundida en la depresión, alejada del compromiso social y

con ataques a sus proyectos personales económicos, decidió separarse de las decisiones políticas.

Había ocasiones en que manifestaba sus ganas de seguir participando en la política y eso generaba esperanzas al equipo del DIF. La presidenta todavía en un estado ecuánime comentaba que había comenzado a platicar con Domingo sobre la posibilidad de que ella peleara por la presidencia municipal de Chicoloapan. Su esposo se opuso rotundamente, comentó que la gente les reclamaría que se trataba de una herencia familiar, de una pareja gobernante y eso pondría en riesgo la elección y sobre todo la continuidad de un gobierno perredista.

El coordinador de Comunicación Social ampliaría esta percepción con los siguientes comentarios:

“En sus momentos de lucidez, pero sobre todo con ganas de seguir dando pelea, Ernestina en ocasiones comentaba sus intenciones de convertirse en presidenta del PRD municipal y desde ahí levantar la candidatura de quien fuera a ser candidato electo y de esa manera controlar el partido.

Lo que yo notaba era una desesperación de la profesora por defender a su esposo a quien responsabilizaban, los líderes perredistas y su equipo cercano, de haber dejado caer y provocar una división interna en el PRD.

Yo le explicaba a Tina (así le decía de confianza) que el presidente, según mi última encuesta, contaba con el 60 por ciento de aprobación en su desempeño y que el PRD como partido también gozaba de importantes preferencias electorales. Yo le insistía que la mala imagen era promovida desde el interior del PRD y de sus detractores al interior de la administración municipal, pero en el campo de la opinión pública la gente lo seguía apoyando.

Se acercaba el tiempo para que el presidente rindiera su segundo informe de actividades. Le propuse a la presidenta del DIF que nos dejara

llevar a cabo un informe de labores en la plaza municipal. Que sirviera para aclarar rumores y defenderse de los ataques –le comentaba.

Las elecciones internas en el PRD para elegir candidato a la presidencia municipal por ese partido comenzaban a generar lucha de poderes entre las organizaciones internas perredistas. Muchos aseguraban que la presidenta del DIF se lanzaría como candidata. Ernestina por el contrario, ya nos había aclarado que no buscaría ningún cargo, en cambio presionaba a Domingo, su esposo, para que él eligiera e impulsara a su candidato, Felipe Espinosa, entonces director de Planeación y Desarrollo Municipal.

Domingo como era de esperarse no logró imponer a su candidato por dos razones: la primera, le dio miedo enfrentarse a Manuel San Martín y que lo responsabilizaran ante un eventual fracaso perredista para conservar el poder y segundo, no contaba con la autoridad ni los apoyos suficientes para hacerlo. La profesora me pidió que comenzara a hacerme cargo de la imagen de Felipe. Por supuesto yo no hice nada porque veía la debilidad de su candidatura.”

En el mes de Junio de 2005, dos semanas previas a las elecciones para elegir Gobernador del Estado de México, apareció un volante con la imagen de Yeidckol Polenvski, candidata de la Coalición por el Bien de Todos (PRD-PT) con la imagen de la presidenta del DIF Ernestina Galicia de Hernández, la frase MUJERES TRABAJADORAS y breves descripciones de sus cualidades. El volante salió a color firmado por la organización Mujeres Políticamente Independientes (MUPI).

Las reacciones comenzaron el siguiente día de la aparición del volante. El diputado local por el distrito XL Manuel San Martín estaba muy enojado porque habían acordado que nadie de los que tuvieran la intención de postularse a la candidatura interna del PRD en busca de la candidatura a la presidencia municipal, usaría o aparecería con la foto de Yeidckol.

Inmediatamente comenzaron a llegarnos rumores al DIF de que Manuel San Martín tenía temor de que la presidenta Ernestina pretendiera postularse

para la elección interna del candidato del PRD que competiría por la presidencia municipal el siguiente año. La presidenta preguntó a su personal si sabían algo del origen de ese volante. Todos respondieron negativamente. Manuel San Martín solicitó una entrevista con ella y le cuestionó la publicación sospechando que el responsable era su coordinador de comunicación social.

Una funcionaria que anteriormente trabajaba en DIF pero en ese año se encontraba en el Registro Civil del Ayuntamiento a la siguiente semana de publicado el volante fue a visitar al responsable de Comunicación Social del DIF informándole que en una *reunión entre cabezas* del perredismo, habían concluido que el único sospechoso del volante era él porque según el diseño, los colores y el mensaje se parecían mucho a la publicidad que él realizaba. Esta situación obligó al coordinador a publicar en El DIFusor No. 14. Mayo – Junio de 2005 el siguiente mensaje:

A LA COMUNIDAD DE CHICOLOAPAN

Durante las dos últimas semanas de la campaña para elegir gobernador del Estado de México apareció en este municipio, un volante publicitario en el que la organización Mujeres Políticamente Independientes (MUPI) incluye la imagen de la presidenta del DIF, Ernestina Galicia junto a la imagen de la ex-candidata a gobernadora Yeidckol Polensky como ejemplo de mujeres trabajadoras.

Debido a ello, surgieron rumores de diversos sectores de la población en el sentido de que la presidenta del DIF, sería **CANDIDATA A LA PRESIDENCIA MUNICIPAL** por Chicoloapan en el 2006, suponiendo que el volante habría sido elaborado y difundido por gente que trabaja en esta institución.

Hacemos pública nuestra aclaración:

- **Isaura Ernestina Galicia de Hernández no tiene relación alguna con MUPI.**
- **La presidenta del DIF Isaura Ernestina Galicia de Hernández desconoce las intenciones o motivos por los que la organización Mujeres Políticamente Independientes (MUPI) publicó el volante.**
- **El DIF se deslinda de cualquier vínculo con organizaciones ajenas al compromiso asistencial con la sociedad.**
- **Ninguna persona de esta institución está involucrada con la elaboración y difusión de ese volante.**

COMUNICACIÓN SOCIAL

DIF Chicoloapan, 12 de julio del 2005

La siguiente semana de publicar este mensaje, Comunicación Social del DIF recibió tres visitas de diferentes personas que llegaron a comentarle lo siguiente: “Mario, ya sabemos quién hizo el volante. Sospechan de Carmen Procopio, presidenta de Alianza Ciudadana y de la Sra. Bertha, líder de la colonia Presidentes. Dicen que su gente fue quien distribuyó los volantes porque son la que has expresado inconformidad con el diputado local y con el presidente del PRD”.

Comunicación Social organiza 2do Informe de Actividades del DIF en medio de muchas turbulencias políticas. Septiembre de 2005.

El coordinador de la oficina de comunicación se dedicó durante los meses de Julio y Agosto de 2005 a organizar lo que sería el último evento de impacto con alcances políticos considerables del DIF: el segundo informe. Todo se preparó como si se tratara de un destape de la presidenta. La publicidad que se diseñó fue con un estilo muy característico y similar a la que publican los candidatos cuando compiten por un puesto de elección popular.

Se imprimieron cuatro mil carteles que se distribuyeron proporcionalmente en 13 colonias del municipio. Aparecían en ellos una foto grande de la presidenta sonriendo. Su nombre era lo primero que se distinguía del cartel así como la frase *promesas cumplidas* y luego la invitación 2do. Informe 10 de septiembre de 2005. Centro Histórico

En cuanto salió la publicidad, al siguiente día *espías* llegaron a la oficina de comunicación social para informar que el diputado local Manuel San Martín había prohibido a todos los líderes perredistas presentarse al informe. El reto que se comentó con la presidenta, frente a esta medida, fue poner a prueba la verdadera respuesta de la gente hacia el DIF. Ella aceptó el reto y las órdenes fueron: “no se movilizará a las personas, únicamente invítenlas y no prometan transporte, además decirles que no es obligatorio asistir si no es por voluntad propia”.

Nuevamente se tuvo la resistencia del presidente municipal el cual había decidido presentar su informe al interior del palacio municipal. No lo quiso hacer en la plaza pública del municipio, sin embargo su esposa se proponía todo lo contrario. Una de las ideas que el coordinador de comunicación social defendió con la presidenta, fue que cada coordinador diera su informe. De esa manera se reconocía públicamente el trabajo de cada servidor en lugar de que sólo la presidenta leyera todo. Una idea más fue que el presidente y los invitados permanecieran abajo del templete, es decir, los trabajadores del DIF informaban de sus logros.

La profesora le pareció algo diferente y estuvo de acuerdo, pero el presidente rechazó ambas propuestas. La forma en que se estaba difundiendo e invitando a las personas para asistir al informe provocó la visita del presidente del PRD municipal, Adán Neri, a la coordinación de Comunicación Social del DIF.”

En aquella reunión hubo intercambio de amenazas, exigencias, reproches y aclaraciones que concluyeron en una negociación factible para ambas partes, una representado los intereses del diputado local Manuel San Martín y la otra, los intereses de Ernestina Galicia.

El encuentro entre el coordinador de comunicación social del DIF y el presidente del comité municipal del PRD Adán Neri, llegó a un punto de acuerdo después de intercambiar puntos de vista y decisiones preliminares, según el siguiente testimonio:

“La voz de Adán se tornó más conciliadora y preguntó sobre el evento del informe del DIF. Yo le aclaré que ahí Ernestina informaría su postura en cuestiones políticas y que nuestra intención era mostrar algo diferente, que el informe lo diera cada coordinador de área y así tratar de hacerlo dinámico, no tedioso como siempre ocurría.

Él nos dijo que había rumores de presentar en ese evento al candidato del DIF y de Domingo, presidente municipal. Su petición era que no se usara el

evento con fines políticos, que todo fuera completamente institucional. Aclaré que nosotros siempre habíamos actuado institucionalmente. Nos ofreció acarrear gente para que el evento fuera concurrido porque los líderes tenían órdenes de Manuel San Martín de no acudir al evento. Rechacé el apoyo diciéndole que nuestra convocatoria era ciudadana y familiar, ya que la presencia de líderes con su gente no nos interesaba. Le dije que era un gran reto para nosotros porque los que asistieran a ese informe serían por voluntad propia, sin presiones ni condicionamientos. Nadie estaba obligado a asistir.

Finalmente el día del informe la presidenta nos comunicó que se había invitado tanto al probable candidato de su esposo como del diputado local quienes estarían presentes en el podium. No aceptaron que los coordinadores de cada área del DIF estuvieran sentados en el presidium pero les pedí que estuvieran de pie detrás de la mesa principal y listos para rendir su informe, el cual también tuve que redactar para cada coordinador. Me tocó ser maestro de ceremonias junto con la directora del DIF.

Al final recibimos felicitaciones de varias personas incluso de medios de comunicación impresos por el formato diferente que usamos y que no habían visto en otros municipios. En ese evento la presidenta del DIF aclaró que no sería candidata para la presidencia municipal de Chicoloapan. Reclamó a los medios de comunicación que habían intentado chantajearla con dinero a cambio de no publicar asuntos delicados de su persona.

Como no accedió al chantaje se dedicaron a mandar periodicazos en su contra y los retó a comprobar presentando pruebas de lo que habían dicho. La elocuencia y fuerza del discurso, redactado por Comunicación Social en un cincuenta por ciento, arrancó muchos aplausos de más de mil personas que se dieron cita para escuchar el informe, poniéndose de pie.

Manuel San Martín se congratuló de que la única persona que podía arrebatárle el poder, quedaba fuera de la contienda por su propia voluntad. Impuso al candidato del PRD en la elección interna, apoyado por fuerzas priístas derrotando al mismo tiempo al candidato del presidente municipal y a

otros militantes que habían participado en aquella elección en el mes de noviembre de 2005.

Una vez elegido el candidato del PRD, éste comenzó a visitar cada dirección, coordinación y dependencia del Ayuntamiento. Cuando llegó al DIF, dos personas fuimos las únicas en hablar del proceso y de su personalidad: la directora y yo. La directora cuestionó la garantía del personal del DIF para seguir trabajando si decidían apoyarlo. Él respondió que no prometía nada. Yo le cuestioné varias cosas entre ellas la imposición, su publicidad, su proyecto, lo que pensaban de él de manera interna, la división provocada, etc. Según nos enteramos después, el candidato se quejó del trato que recibió en el DIF y desde entonces ningún apoyo tendríamos de su parte.

En este proceso de elección interna, el presidente municipal también contendió para ser candidato a la diputación local por el distrito XL entre competidores de Chicoloapan e Ixtapaluca los cuales a diferencia de los presidentes municipales, irían en coalición con el Partido del Trabajo (PT). El profesor Domingo, todavía como presidente me pidió que le diseñara su imagen en la campaña de publicidad que se distribuiría. Logró ganar la elección interna.”

La comunicación política entra en su máximo nivel llegando a estrategias decisivas en defensa de los intereses de quien la ejercía.

Noviembre – Diciembre de 2005.

La mejor manera de entender que la comunicación política entraba a niveles críticos provocando acciones directas es analizando la experiencia de Mario García, quien estuvo directamente relacionado con este proceso comunicativo.

“La debilidad política que los líderes perredistas creían de Domingo Hernández no era paralela al nivel de aceptación que tenía entre la gente. Ellos no lo sabían, pero yo sí por la encuesta que había realizado con anterioridad en

materia electoral. A la presidenta del DIF le dije que cualquier persona que llegase a ser candidato del PRD ganaría la elección.

Cuando yo entregué los resultados de la encuesta que había realizado en mayo con respecto a la elección para elegir Gobernador del Estado de México, daba el triunfo en Chicoloapan a Yeidckol Polenvsky de la coalición PRD/PT sobre Enrique Peña Nieto, de la alianza PRI / PVEM. En aquella publicación también se habló del nivel de confianza hacia la presidencia, el DIF y preferencia electorales para presidentes municipales.

Muy pocos creyeron en mi encuesta, el mismo Domingo Hernández lo tomó con mucha cautela casi incrédulo. Cuando salieron los resultados oficiales, efectivamente la candidata del PRD había logrado el triunfo sobre Peña Nieto con un punto de diferencia en Chicoloapan, tal y como lo había anunciado mi encuesta.

Manuel San Martín junto con su candidato Adrián Galicia, se sintieron con la fuerza suficiente para derrumbar el triunfo de Domingo Hernández en la elección para diputado local por el distrito XL Chicoloapan – Ixtapaluca. Comenzaron a llegarnos rumores de que la orden entre los líderes era votar en contra de Domingo el 12 de marzo del 2006, fecha de la elección.

A pesar de todo esto, Domingo decidió no actuar y mantenerse en una postura de no confrontación ya que él no creía nada de rumores. Me di a la tarea de conseguir al menos una prueba. Manuel San Martín tenía ya personas del DIF que habían decidido apoyarlo en todo, libertad que nosotros habíamos dado al personal que quisiera involucrarse en cuestiones políticas después de las horas de trabajo.

En una junta a la que convocó Manuel San Martín a ciertas mujeres del DIF, le pedí a una de ellas que grabara todo lo que ahí se dijera y que además preguntara la situación del profesor Domingo con respecto a su reincorporación al Ayuntamiento, ya que había un presidente interino y con respecto al papel de Ernestina, su esposa. Esta mujer decidió arriesgarse y grabó la conversación.

Junto con la presidenta escuchamos posteriormente la grabación. En ella, Manuel San Martín aclaraba que si el presidente interino Alberto Mendoza, primer regidor antes de ser interino, decidía que Domingo no regresara a su puesto de presidente municipal, los regidores incluso el síndico (supuesto incondicional de Domingo) apoyarían la decisión. “Yo ya hablé con los regidores y están de acuerdo en apoyarme” decía una frase de San Martín en la grabación. Con respecto a la profesora Ernestina comentó que si la profesora decidía no apoyarlos con Adrián en la elección, entonces la destituiría por acuerdo de cabildo y que se atendería a las consecuencias.

La amenaza era real con grandes consecuencias sobre todo de carácter político para Domingo si perdía la elección y además, por cabildo no se le permitiría su regreso como presidente municipal. La grabación la escuchó Domingo y decidió no actuar. Dijo que él no se confrontaría y que esperaría a contender por la diputación local.

Las cosas estaban llegando a un punto en el que Ernestina tenía que actuar sin que su esposo se enterara. En una reunión que tuvimos entre su equipo cercano, que eran la tesorera, la directora, jefa de personal y yo, nos preguntó qué hacer. Inmediatamente yo tomé la palabra y le dije: si ellos te van a tumbar una candidatura, entonces túmbales la suya.

Al mismo tiempo que esas cosas ocurrían, en mi oficina llegaba en tiempos difíciles un hombre cercano al equipo de Adrián Galicia llamado Leonardo Rodríguez, quien nos había hecho la producción del video y música del Habilitón. Casualmente se aparecía para saludarnos y platicar sobre lo que ocurría en ese momento. De inmediato me percaté de que no se trataba de una simple visita entre cuates y le di información que yo quería para ser enviada a través de él a Manuel San Martín y Adrián Galicia.

Él me preguntaba sobre qué pasaría si Adrian y Manuel atacaban a Domingo y yo le respondía que Ernestina de inmediato atacaría a los dos con la fuerza que tenía. Me cuestionaba si la presidenta del DIF apoyaría a algún

otro candidato que no fuera del PRD y le dije que si la división era fuerte, entonces ella negociaría con quien le ofreciera protección y continuidad.

Nosotros decidimos actuar rápidamente frente a las amenazas cada vez más evidentes. Ernestina reunió al personal del DIF, a las coordinadoras que trabajaban con más de mil personas bajo la consigna abierta de votar en contra de Adrián y no apoyar al PRD. Todos quedaron sorprendidos y le cuestionaron qué sucedería con su esposo porque al dañar a uno, se dañaría automáticamente al otro.

Ella respondió “tampoco voy a apoyar a Domingo aunque sea mi esposo y lo quiera mucho”. La estrategia que habíamos planeado era muy clara, no apoyaríamos al PRD aunque eso significara la derrota del candidato a la presidencia municipal y de la diputación local. Nuestra amenaza también tendría que ser de grandes dimensiones y escucharse de manera real.

Al difundir esa información recibió invitaciones de las corrientes internas del PRD para sumarse a ella y derribar el poder de San Martín. Las corrientes opuestas al poder del diputado local en el perredismo municipal cerrarían filas en torno a la profesora quien gozaba de grandes simpatías. Incluso recibió la invitación del PRI para ser su abanderada por la diputación local. Esto por supuesto era real y teníamos que difundirlo para acelerar el proceso de negociación.

Una semana duró *la campaña* y lo que hicimos sirvió para que Manuel San Martín y Adrián Galicia se entrevistaran con Ernestina y negociaran. No supimos en qué consistió la negociación pero supongo que el principal acuerdo fue político y en menor importancia, laboral.

Este acuerdo le costó la credibilidad a Ernestina entre la opinión pública y su gente. Se ausentó definitivamente del escenario no sólo político sino también asistencial. No se presentó más que en ciertas ocasiones a trabajar al DIF. Llamó a ciertos líderes a votar por Adrián Galicia en el arranque y cierre

de campaña. Estos fueron los dos únicos eventos a los que asistió la presidenta del DIF en calidad de ciudadana.

La atacaron de incongruente, de traición, de irresponsabilidad, etc. Al final el PRD ganó en ambas elecciones, ella quedó fuera a petición de su esposo de cualquier intento de participación política, la profesora aceptó por amor y para hacerle ver a los líderes que “quien mandaba era su esposo, no ella”. Comunicación Social no pudo evitar el desplome de la imagen que durante dos años había sido ejemplar en muchos sentidos.”

Sucumbe la comunicación interna en el DIF. Arrancan campañas electorales para elegir presidentes municipales y diputados locales en el Estado de México.

Enero – Marzo de 2006.

El informe en el centro histórico del municipio había sido el último gran evento del DIF. Después del mes de septiembre del 2005 el desánimo, la decepción, el sentimiento de abandono predominaron al interior de la institución hasta el mes de agosto del siguiente año. Ningún mensaje de conciliación o unidad era efectivo, la comunicación interna se convertía cada vez más en algo distante y de confrontación.

Se crearon grupos de oposición al interior del DIF entre los que apoyaban a los candidatos y los que no. Sin un liderazgo que los controlara, cada quien defendió sus intereses. Los recursos económicos disminuyeron considerablemente. Ya no se pudo editar ningún tipo de publicidad ni nada que tuviera que ver con la difusión, pues la prioridad en aquel momento era subsanar la economía del DIF, es decir, ahorrar para el cierre de administración, pagar deudas adquiridas con varios proveedores y justificar todo lo injustificable como papelería, artículos o todo aquello por lo que no se entregaron facturas.

Un año antes, cuando la coordinación tenía la oportunidad de mandar a imprimir publicidad, el coordinador almacenó volantes, carteles, folletos

informativos los cuales le permitieron tener trabajo en cuanto a la difusión de actividades el resto de la administración.

El coordinador habla de su trabajo en horas no laborales con respecto a estrategias de comunicación en el siguiente texto:

“Durante los meses de enero hasta marzo, me encargué de la imagen del candidato por el PRD para competir por la diputación local del distrito XL. El panorama era desolador porque no contaba con una estructura que de verdad le respondiera. Se crearon comisiones entre diez personas. Ese era su equipo de trabajo. Yo tenía el antecedente, gracias a la encuesta realizada en mayo del 2005, en la que tanto el PRD como al presidente tenían una percepción positiva entre la comunidad chicoloapense. Lo que me preocupaba es que nadie lo conocía en Ixtapaluca.

Le diseñé una imagen que gustó mucho. Presenté tres etapas del posicionamiento del candidato. Obviamente no teníamos recursos económicos para el uso de medios de comunicación, ni una gran publicidad. Nada de eso, no había dinero más que lo necesario para endeudarse y pagar después en caso de ganar.

Estas tres etapas consistían en la difusión de tres tipos de publicidad: la primera, dar a conocer al candidato manejando mensajes como honesto, sencillo, trabajador, preparado para legislar, etc. Comentarios sobre su calidad humana, su responsabilidad hacia la gente, sin actos de corrupción. Y algunos logros como presidente municipal. El primer volante era con una descripción muy breve, de fácil lectura, con algunas imágenes, en la contraportada. En la portada por su puesto su foto, la invitación a votar y la frase “Trabajar para todos”.

La segunda etapa era un segundo volante donde presentaba sus propuestas legislativas que eran sólo 5 Compromisos a tus necesidades: combatir la delincuencia, impulsar el empleo municipal, educación universitaria de calidad, creación de reservas ecológicas y cultura para erradicar la corrupción. La frase en contraportada era “Deseamos muchas cosas. Me

comprometo con las que son posibles”. En realidad esta publicidad era muy breve, específica, de calidad, buena imagen y comparándola con la del contrincante priísta, pues nos defendíamos muy bien.

La tercera etapa del posicionamiento era publicidad en donde se invitaba al voto. Este no me lo aceptaron porque tenía la frase “VOTA 2 VECES PRD” una para presidente municipal y otra para diputado local. Me argumentaron que esa frase confundía a las personas a la hora de votar y que podrían tachar 2 veces la misma boleta. Diseñé espectaculares con la foto del candidato a diputado local junto con una imagen de los candidatos a presidentes municipales reforzados con la foto de López Obrador. Se hicieron pegotes, calendarios, playeras, gorras, bardas y perifoneo. Eso fue todo. Si acaso 2 conferencias de prensa y nada de contratación de espacios en medios impresos locales.

En Chicoloapan yo estaba seguro de que se ganaba sin necesidad de hacer difusión y el triunfo sería con un margen cerrado. En Ixtapaluca se tenía la ventaja de que la candidata a presidenta municipal por el PRI/PVEM era Maricela Serrano, esposa de Jesús Tolentino, líderes antorchistas muy repudiados en aquél municipio porque tiempo muy atrás habían asesinado a decenas de campesinos para quedarse con las tierras y en eso se enfocó la propaganda de ataque por parte del candidato a presidente municipal por el PRD Mario Moreno.

En contrincante de Domingo Hernández, Armado Mendoza tenía muy poca credibilidad por su desempeño como presidente municipal. Al principio de la campaña en Ixtapaluca había muy buena relación entre el candidato a presidente municipal y Domingo, que a la mitad de la contienda comenzaron a distanciarse llegando rumores una posible alianza con el PRI si éstos votaban por el PRD para presidente municipal y el PRD votaba por el PRI para diputado local.

Aún con todo eso se distribuyeron diez mil volantes de cada etapa, con sus respectivos espectaculares y todo lo demás. El encargado de la operación

política hizo algunas reuniones con gente de las colonias en Ixtapaluca poco concurridas. La primera encuesta que realicé en las elecciones para Gobernador del Estado de México, al ser comparados los resultados con los oficiales, me abrieron la puerta para que se me otorgaran recursos y realizar otra más en Ixtapaluca y Chioloapan. En Chicoloapan había una gran preferencia por el PRD y en Ixtapaluca también, especialmente por el gran rechazo de la población hacia los antorchistas.

Yo le comenté al equipo de trabajo del profesor Domingo que las posibilidades de triunfo, luego de la encuesta, eran muy altas sobre todo por el efecto del rechazo al PRI en la elección para presidente municipal y la gente votaría en consecuencia también por el PRD en la diputación local. No me creyeron mucho hasta el día de las votaciones y el resultado oficial. Ambos candidatos habían ganado en gran parte por la visita de López Obrador al cierre de campañas.

Por esas fechas de la contienda, también me pidieron hacer una encuesta en el municipio de Papalotla en la que pronostiqué el triunfo del PAN y el PRI como segunda fuerza. Esto le sirvió al PRD local para intensificar su campaña y lograr la segunda posición política del municipio desplazando al PRI al tercer sitio, cosa que no hubiera ocurrido sin mi trabajo, según confesaron algunos líderes perredistas de aquel municipio.”

Se prepara el cierre de administración 2003 – 2006.

Abril – Agosto 2006

La comunicación social desapareció en lo masivo. Comunicación continuaba apoyando a ciertas coordinaciones en la toma de fotografías, eventos de entrega de apoyos pequeños y sobre todo en el proceso de entrega – recepción para la siguiente administración.

Lo último que editó fue un informe impreso de los tres años de labores del DIF. Fue un material de calidad aceptable y sobre todo de información muy importante. Es la única publicación verdaderamente completa sobre los

programas del DIF tanto en lo cualitativo como en lo cuantitativo. En él aparecen todas las fotos de quienes trabajaron en el sistema, sus logros, el número de personas beneficiadas y la descripción de las responsabilidades más importantes de cada coordinación.

Esta publicación fue muy reconocida porque nuevamente superó a la edición de la Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento.

Por último, es importante resaltar que Comunicación Social del DIF logró almacenar un acervo hemerográfico de ejemplares como los periódicos La Jornada, La Crónica de Hoy y la revista PROCESO desde agosto del 2003 hasta agosto del 2006. La Biblioteca Municipal de Chicoloapan no quiso hacerse responsable de este material informativo, y el acervo fue donado a una secundaria de recién creación llamada Francisco Villa convirtiéndose en la primera institución de este nivel educativo dentro de la Cabecera Municipal y Barrios aledaños en contar con una hemeroteca.

Comunicación Social del DIF ha dejado un precedente muy importante en el ejercicio de la difusión informativa de las actividades de gobierno desde el sistema municipal de asistencia social chicoloapense. Al año de haber aplicado estrategias de comunicación y al observar el impacto que en lo político se obtuvo, el Organismo Descentralizado de Agua y Saneamiento (O.D.A.S) así como la oficina de atención de la Diputación Local del Distrito XL Ixtapaluca – Chicoloapan, abrieron oficinas de Comunicación Social, esperando obtener resultados similares.

En el ejercicio de las estrategias de comunicación y posicionamiento, así como todo el proceso evolutivo que el responsable de esta coordinación llevó a cabo, se detectaron mensajes y en general acciones de una comunicación política ejercida al interior de la estructura en las relaciones chicoloapenses de poder que fueron visibles en lo social, a través del reconocimiento hacia un trabajo asistencial que desembocó en simpatías de carácter político que bien pudieron aprovecharse para intereses con fines electorales.

La nueva administración del municipio de Chicoloapan que gobernará durante el período agosto 2006 – agosto 2009, ha incorporado de manera oficial áreas de Comunicación Social para el Ayuntamiento, el DIF y O.D.A.S., mientras que las oficinas de atención en la Diputación Local del Distrito XL y de la Diputación Federal del Distrito XXXIX, con sede en Chicoloapan, también han contratado a comunicólogos para hacerse cargo de su comunicación social, generando estas dependencias órganos informativos y en general estrategias de publicidad gubernamental. En tres de estas cinco dependencias, son mujeres las responsables de ejercer la comunicación entre gobernantes y gobernados.

IV.- COMENTARIOS DEL AUTOR SOBRE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

La palabra comunicación proviene del latín *communicare* que significa “poner en común”. Política proviene del término griego polis que significa ciudad. En las raíces antiguas de cada término podríamos decir que comunicación política significa “poner en común la ciudad” o deformando la definición a conveniencia del autor de esta tesis, quedaría “poner en común a quienes habitan la ciudad”. ¿Por qué agregar *a quienes habitan*? Pues porque ciudad es un término que ha creado el ser humano para definir el espacio de convergencia con sus semejantes.

Después de leer las siguientes definiciones de investigadores sociales, quienes bajo un riguroso método científico, echando mano de la precisión lógica y de las exigencias analíticas que requiere la construcción de una definición, seguramente la modesta definición inicial que propone el autor de esta tesis, resulte, para algunos, risible.

Para L. Kaid la comunicación política es un área interdisciplinar (sic) que toma conceptos de la comunicación, ciencia política, periodismo, sociología, psicología, historia y otros campos relacionados.

S. Chaffe considera que su objeto de estudio es el papel de la comunicación en el proceso político.

J. I. Rospir dice que la comunicación política analiza el modo en que la política es comunicada por los políticos y los medios de comunicación ciudadanos, estudiando las relaciones entre los procesos comunicativos y los procesos políticos.

P. Norris comenta que se trata de un proceso interactivo que involucra la transmisión de información entre políticos, medios de comunicación y votantes.

M.J. Canel asegura que en la comunicación política la componen estudios sobre:

- a) Análisis del mensaje: contenidos, metáforas, lenguaje, etc.
- b) Medición del mensaje en medios: relación entre políticos y periodistas.
- c) Efectos de los mensajes: influencia de los medios de comunicación en la formación de tendencias de opinión pública.
- d) Acciones de comunicación: formas en que puede adoptar el mensaje político como debates, publicidad, conferencias de prensa, etc.
- e) Procesos Políticos: observación de los mensajes electorales, creación de imágenes de partidos políticos y candidatos; la comunicación de las ofertas electorales, la influencia de la comunicación en el voto, etc.
- f) Percepción de los ciudadanos: elecciones presidenciales como la más importante participación pública y política.

D. Nimo sostiene que una comunicación (actividad) puede ser considerada política en virtud de las consecuencias (actuales y potenciales) que regulan la conducta humana bajo ciertas condiciones de conflicto.

D. Wolton afirma que es “el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que legítimamente se expresan en público sobre la política y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos”.

Óscar Ochoa define a la comunicación política como el proceso de transmisión y recepción de mensajes, desde y hacia los componentes del sistema político.

Una vez que el lector haya detectado o imaginado la importancia y el rigor que cada autor tuvo que emplear para llegar a definir comunicación política, regresemos a la propuesta inicial del autor de esta tesis al sugerir una humilde interpretación añeja, quizás, del término concebido como “poner en común a quienes habitan la ciudad”.

Esto de *poner en común* podría sugerir la idea de *dar un trato de iguales*, es decir, *poner en igualdad de condición*. Recurriendo a la regla matemática de equivalencia, diríamos que comunicación política significa, inicialmente, “dar un trato de iguales a quienes habitan la ciudad”.

¡Pero qué disparate! Podría decir algún experto del tema, sin embargo, haciendo un análisis modesto al respecto, el término esconde en su sencillez, una confrontación. ¿Quién desde los griegos, pasando por los romanos, los aztecas, egipcios hasta llegar a Vicente Fox o George W. Bush, ha querido siquiera tener la voluntad de “poner en común a quienes habitan la ciudad”?

Seguramente también habrá estudios científicos sobre la confrontación, pero el autor de esta tesis, entenderá el término como la disputa entre dos o más que buscan obtener un fin. ¿No es en la disputa donde surge el deseo de poder? ¿Quiénes son los que se enfrentan?

Pues luchan sólo aquéllos que desean, a través del poder, algo más de lo que ya tienen. Estos que desean más de lo que tienen, ¿Querrán de verdad poner en común a quienes habitan la ciudad, o, “dar un trato de iguales a quienes habitan la ciudad”? ¿Es acaso en la confrontación donde surge una comunicación del poder? ¿Podemos suponer que la comunicación política, o la *comunicación entre quienes habitan la ciudad* surge precisamente porque no se quiere dar un trato de igual al otro, o de ponerse en común con el otro?

El poder, a través de la comunicación política nos pone una trampa al sugerir en sus raíces añejas que, “pongamos en condiciones de igualdad a quienes habitan la ciudad”. Seguramente habrá quien de inmediato haya dicho, o aún siga diciendo, “eso no puede ser”, “todos somos diferentes”, “aquél no puede tener lo mismo que yo” y entonces ... ha comenzado la confrontación surgiendo así, la comunicación del poder. Y todo por la humilde propuesta de poner en común la ciudad. No hay comunicación política sin un oponente. La oposición es el origen de la comunicación en la búsqueda por el poder.

La comunicación política *expresa* antes que otra cosa, el deseo de poder. A partir de lo que se exprese, entonces vienen los efectos, que producen una confrontación de magnitudes bajas, intermedias o altas, según el grado de interés expresado que conducirá inevitablemente a la estrategia de acción.

El autor de esta tesis coincide con otros investigadores en que la comunicación política es un asunto que se relaciona directamente con el poder, la llave que cumple cualquier deseo por inverosímil que éste parezca. El poder ha creado, a través del ser humano, la política para estructurarse, la sociología para definirse, la filosofía para pensarse, el derecho para legitimarse, a la geografía para ubicarse, la historia para trascenderse, la economía para financiarse y ha surgido la comunicación política para expresarse.

A través de la comunicación política, el poder *habla*.

A través de la comunicación política, el poder *se fortalece*.

A través de la comunicación política, el poder *se oculta*.

A través de la comunicación política, el poder *persuade y actúa*.

A través de la comunicación política, el poder *consigue*.

A través de la comunicación política, el poder *anuncia*.

A través de la comunicación política, el poder *dirige*.

Varios autores coinciden en que la comunicación política es en ocasiones, el motor del espacio público dominado por la acción de tres actores protagónicos: los políticos, periodistas y los ciudadanos. Se debe agregar que el común denominador de estos tres actores es el poder.

Entendido como esa llave que abre cualquier deseo, en el espacio público el deseo de los actores protagónicos puede variar según sus intereses. El político desea legitimidad mientras que el periodista sueña con la credibilidad y los ciudadanos pretenden influir para lograr lo que buscan. Son éstos sólo ejemplos de los múltiples deseos que pueden tener los protagonistas de un espacio público que requiere de un combustible antes del motor.

El espacio público, es definido por Dominique Wolton como un lugar físico y/o intangible donde los discursos se expresan públicamente. No está sancionado y se pueden abordar todo tipo de temas considerados como de “interés público”.

Para Florence Toussaint “en las sociedades actuales el espacio público está conectado con la comunicación política que es, en ocasiones su motor. Y el instrumento que dinamiza ese espacio público son los medios masivos”. Es fundamental añadir que el combustible para que ese motor y aquéllos medios operen, es el poder.

Para el autor de esta tesis, la **comunicación política será entendida como el instrumento que el poder ha constituido para expresarse y llevar a la acción el proceso comunicativo que en ella se produce, retroalimentándose, para transitar en la estructura social y potenciarse en el espacio público**. Si la comunicación política es un instrumento para expresar el deseo de poder, y actuar en consecuencia, entonces puede ser ejercida por cualquiera que lo desee.

Esto nos lleva al siguiente cuestionamiento ¿Quién genera a quién? ¿El poder genera comunicación política o la comunicación política genera poder? El punto de vista de este autor sin duda es, que el enfrentamiento entre quienes desean poder es ya de por sí, un intercambio de mensajes, una confrontación de deseos. El poder ha generado un proceso en el que sus mensajes se han especializado, es decir, la comunicación política.

La comunicación política no es exclusiva de un espacio público en donde encontramos tres protagonistas potenciales: políticos, periodistas y opinión pública.

La comunicación política trasciende a un espacio social donde convergen intereses expresados a niveles de estructura social, es decir, un mecánico puede enviar mensajes por medio de sus acciones, a sus compañeros, que *él es el mejor para ser líder de mecánicos*. Una secretaria

que habla con su jefe y justifica un aumento de sueldo porque *considera que su productividad es superior* al de las demás, está ejerciendo la comunicación del poder.

Un *junior* que le pide un auto costoso a sus padres porque su amigo adquirió uno padrísimo, está expresando que desea *competir con su oponente* para adquirir un trato de iguales, en su escala social, o superar la presión que el amigo le impuso al tener un auto mejor que el suyo.

El *activismo* del mecánico para ser líder en el taller; *el diálogo* de la secretaria con su jefe, para ser la mejor pagada en la oficina; *la gestión* del junior para *convencer* a sus padres de comprarle el auto y *demostrar* al amigo que puede *competir y estar a su nivel o superarlo*, son mensajes de la comunicación política cotidiana que desembocan en acciones y generan efectos (consecuencias).

El *activismo*, *el diálogo*, *la gestión*, *el convencimiento*, *la demostración* y *la competencia* se convierten, por el momento, en estrategias internas de la comunicación política.

La comunicación política está presente en la vida cotidiana del ser humano en niveles inferiores, intermedios y superiores. La estratificación coincide con la estructura social dividida en clase social baja, media y alta. El poder está ahí presente en cada sector y *se expresa* según las necesidades del mismo.

En el espacio público lo que observamos es cómo la comunicación política se potencia, es decir, todos los que se involucran en este proceso adquieren una importancia de trascendencia que incide en su ambiente generando un impacto de alcances que llegan a establecer convenios, acciones, retos, desacuerdos, confrontaciones, etc.

Algunos autores aluden la importancia de la comunicación política a partir del nacimiento de la sociedad moderna, la emergencia de los medios de

comunicación masiva, el empleo de las técnicas comunicativas en la política; y de los cambios en la interacción política de las democracias contemporáneas, sin embargo este tipo de comunicación ha estado presente desde mucho antes y estos factores han contribuido a exponerla a un espacio público en donde se potencia en el entramado de las relaciones de poder.

La comunicación política no es exclusiva del poder político, está presente en cualquier relación de poder.

Flourence Toussaint analiza las transformaciones del espacio público y señala a la comunicación política como su motor. La investigadora evoca al “ágora” entendido como plaza pública en donde los actores de aquel espacio debatían problemas públicos. Después se traslada a la época de la Ilustración en la que el espacio público se transforma y son los cafés de Inglaterra, los salones de Francia y en los clubes y sociedades en Alemania donde se discuten los asuntos de interés público.

Finalmente aporta que el espacio público actual ha modificado los asuntos de interés público, involucrándose en los límites de la esfera privada hasta hacer que los temas que no son tratados de manera pública estén más ligados con aquello que se intenta silenciar en el terreno político y social, lo que atañe a grupos marginados, que con aspectos de tipo moral y ético o de vida privada y pública.

Si el espacio público es condición indispensable para que la comunicación política se potencie, entonces debemos suponer la existencia de una Comunicación Política Antigua, Moderna y Contemporánea, ya que el espacio público ha estado presente en las relaciones de poder con sus diversas transformaciones en cada época.

La comunicación del poder no es exclusiva de los políticos, periodistas u opinión pública. La encontramos en las universidades, en los sindicatos, en la familia, en la relación de pareja, en el autobús, el centro comercial, la tortillería, asociaciones, empresas, instituciones, etc.

CONCLUSIONES

Comunicación Política en la asistencia social ha sido un trabajo teórico – práctico que logra comprobar el impacto generado por la apertura de una coordinación de Comunicación Social, que a través de una planeación estratégica difundió mensajes de comunicación política, los cuales provocaron estrategias de acción que desembocaron en simpatías de carácter político para quien encabezó este organismo público.

La comunicación entre la institución y la población se fortaleció con la creación de un órgano informativo como fue *El DIFusor* que se convirtió en el medio más importante para dar a conocer el trabajo de los servicios públicos así como los mensajes de la presidenta tanto a la sociedad como para la clase política chicoloapense.

La combinación entre la profesionalización del servicio público y una política de información ciudadana que se potenció a través de estrategias comunicacionales, fortaleció la percepción entre la población hacia el DIF como un organismo eficaz, organizado y responsable hacia las demandas asistenciales.

La empatía entre gobierno y gobernados, producto del trabajo generado por el DIF azuzó corrientes internas y externas entre la clase política chicoloapense que desveló su incapacidad para proponer, corregir o demostrar que en la construcción de una democracia, la participación política de las mujeres así como el respeto a la separación entre partido político y gobierno, son fundamentales para consolidar un Estado Contemporáneo.

No es nuevo, pero sí es grato demostrar una vez más con esta experiencia, que cuando un organismo público fortalece su estructura con absoluta autonomía, libre de influencias políticas partidistas o liderazgos caciquiles, la atención hacia las demandas ciudadanas y la eficiencia del

servicio público se potencian con resultados altamente benéficos para la población que a corto plazo observa y reconoce el cambio.

Este reconocimiento ciudadano otorga a mediano y largo plazos, un voto de confianza al organismo así como a sus integrantes, difícil de conseguir en tiempos actuales en que la congruencia institucional pública hacia las demandas sociales palidece por el secuestro que han hecho de ella los intereses políticos de partido, empresa o individuos quienes han desacreditado la función pública para satisfacer sus ambiciones personales o de grupo.

Para ganar ese voto de confianza es impostergable implementar políticas de comunicación orientadas hacia el acceso a la información desde los niveles municipales de gobierno y sus dependencias autónomas como el DIF o los Organismos descentralizados de Agua y Saneamiento. La única forma de generar información y difundirla es el trabajo, es decir, *trabajar para comunicar y gobernar*.

Es indispensable capacitar al personal y fomentar una cultura del servicio público con el fin de resolver demandas a través de la toma de decisiones. El comportamiento heredado por los gobiernos paternalistas del priísmo ha hecho que el funcionario público, en el nivel municipal, resuelva los problemas de la ciudadanía en función del líder y no de su obligación social.

El programa de comunicación política el en DIF rindió resultados óptimos, porque se fortaleció la estructura interna del organismo separándolo de cualquier interés político y enfocándose a trabajar en cada programa asistencial de forma comprometida, evaluando resultados de cada coordinación, ampliando la cobertura de beneficencia, exigiendo a cada coordinador de área planes de trabajo semestrales vigilando mensualmente sus avances.

Lograr una autonomía financiera del sistema DIF municipal puede generar beneficios institucionales para que los recursos otorgados por el Estado a través del Ayuntamiento no sean rehenes de intereses políticos partidistas o personales. DIF Chicoloapan en su tercer año de gobierno fue

sometido económicamente a intereses personales tanto de los regidores como del tesorero del Ayuntamiento y del diputado local (2003-2006) quienes detuvieron la entrega oportuna de recursos a la institución, la cual tuvo que endeudarse por medio de préstamos externos para seguir cumpliendo con su responsabilidad asistencial.

La coordinación de comunicación social del DIF logró con un presupuesto de 10 mil pesos mensuales, establecer un programa de difusión sobre las actividades institucionales tan eficaz, que superó los resultados obtenidos por la Dirección de Comunicación del Ayuntamiento a la que designaron un gasto de 80 mil pesos mensuales. Una de las claves para el logro de este objetivo fue la distribución que se hizo de la difusión en todo el municipio a través de una planeación estratégica.

El conflicto y la negociación se produjo cuando el trabajo realizado por el DIF y potenciado entre la ciudadanía por un programa de comunicación política, generó fuertes simpatías hacia la presidenta tanto de líderes partidistas como de individuos ajenos a cualquier actividad política. En ese momento fue más difícil controlar los objetivos asistenciales de los intereses políticos durante los períodos electorales del 2005 y 2006.

Urge una legislación que castigue con más rigor la intromisión de los partidos políticos en los programas asistenciales del DIF municipal durante períodos electorales así como la participación de los funcionarios públicos en los mismos.

Las presiones a la que el servidor público es sometido en caso de no apoyar a un partido político en tiempos de elección, altera considerablemente la eficacia de su desempeño afectando al organismo en lo interno y externo, además debe sancionarse y prohibirse que al funcionario público se le descuenta entre el 5, 10 y 20 por ciento de su salario para financiar actividades del partido político gobernante.

Es importante mencionar que se requiere de una vigilancia más severa de los recursos económicos asignados por el Estado mexicano a través del Ayuntamiento para que no sean usados de forma discrecional, pero especialmente comprobar que su entrega al sistema municipal DIF, sea completa en tiempo y forma.

Los cinco programas asistenciales que ampliaron su cobertura para beneficiar a la población en condición vulnerable del municipio, los cuales representaron un contacto más directo entre la institución y la población generando a mediano plazo un impacto político favorable hacia su presidenta fueron: servicios médico – asistenciales, atención a los adultos mayores, área de nutricionales, atención a la discapacidad y el programa de difusión integral impulsado desde la coordinación de comunicación social.

La persona que encabece la institución debe ser carismática, decidida, emprendedora, audaz, valiente, honesta y tener una serie de valores que le permitan una credibilidad para posicionarse como una persona trabajadora y que cumple promesas de ayuda. Si la presidenta o presidente del Sistema Municipal carece de esas características, entonces la directora o el director de la institución son otra opción. La presidenta (e) debe contar por lo menos con 4 personas más que coincidan con valores afines. Ellas le ayudarán a prevenir crisis y situaciones que pongan en peligro la estabilidad entre el equipo de trabajo y contribuirán a que la información fluya, además de concensuar decisiones. Por supuesto estas 4 personas deben asumir un cargo de gran responsabilidad dentro de las coordinaciones. Es necesario que sean de confianza y profesionistas.

El acceso a la información pública todavía es visto con mucha cautela por los funcionarios públicos, así que debe fortalecerse una cultura informativa tanto en el servicio público como en la ciudadanía que contribuya a mediano y largo plazos a la consolidación de una democracia.

El trabajo en equipo ha sido un pilar básico en la profesionalización de la institución pública. La comunicación interna permite, entre otras cosas, el

intercambio de percepciones que consolidan una iniciativa asistencial en la que sus impulsores adquieren un compromiso más allá de la responsabilidad social.

La figura del vocero debe fortalecerse eligiendo a un profesional de la comunicación que tenga la capacidad para resolver con inteligencia, creatividad y rapidez cualquier tipo de problema comunicacional que se presente tanto al interior de las estructuras de poder como al exterior.

Los servicios asistenciales han sido menospreciados por la clase política chicoloapense hasta el año 2006 en que se demostró una verdadera planeación de trabajo institucional la cual permitió beneficiar a una gran cantidad de personas logrando una credibilidad como nunca antes había tenido el DIF Chicoloapan.

Antes de la administración 2003 – 2006 nadie quería trabajar en DIF. El impacto generado por un programa de comunicación política sumado a la profesionalización del servicio público, potenció beneficios políticos para su presidenta ocasionando que la administración del DIF para el período 2006 – 2009 mantuviera el programa de información y representara una fuerte disputa entre la clase política en el poder para controlar este organismo.

Estas son algunas condiciones importantes y estrategias que rodean el éxito de una política de comunicación en el Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia. La comunicación es una puerta que acerca al funcionario público con la población, aunque, si detrás de estas intenciones en la búsqueda por obtener poder a través de la comunicación política, no existe un verdadero proyecto de trabajo visible en cada momento del servicio público, el objetivo puede encontrar tropiezos que lo lleven al fracaso.

BIBLIOGRAFÍA

1. Ackoff, Ruseel. *Rediseñando el futuro*. LIMUSA, México, 2004
2. Alvarez Amézquita, José. *Historia de la salubridad y de la asistencia en México*, Vol. III
3. Andrés de Masi, Oscar (compilador). *Comunicación Gubernamental*. Paidós. Buenos Aires, 2001
4. Archivo Histórico Municipal de Chicoloapan
5. Apuntes de la cátedra: *Planeación Estratégica de la Comunicación de Chao Evergengy*
6. Bardach, Eugene. *Los ocho pasos para el análisis de Políticas Públicas*. CIDE – Miguel Ángel Porrúa, México 2004
7. Bertha, Ulloa, “La lucha armada (1911-1920) en *Historia General de México* Tomo II
8. Bobbio, Norberto. *Estado, Gobierno y Sociedad*. FCE. México 2004.
9. Bustamante Ramírez, Enrique. “Políticas de comunicación: un reto actual”, en *Sociología de la Comunicación de masas de Miguel de Moragas Spa* (comp). Ed. 6.6.
10. Castillo Jiménez, Virginia. *Mujeres Ilustres de Chicoloapan*. Año 2000.
11. Cabrero Mendoza, Enrique. *Políticas Públicas Municipales: una agenda en construcción*. CIDE, M.A. Porrúa. México, 2003.
12. Del Rey Morató, Javier. *La comunicación Política*. El mito de las izquierdas y las derechas. Ed. Eudeba
13. Soberón, Guillermo, et. Al. (comp). *La Salud en México: testimonios 1988*, Tomo III, Vol 2
14. Ferry / Wolton, Jean / Dominique. *El Nuevo Espacio Público*. GEDISA, España 1992
15. García Beaudoux, Virginia. *Comunicación Política y campañas Electorales*. GEDISA, España 2005
16. Godet, Michael. *De la anticipación a la acción: manual de prospectiva y estrategia*. México. Alfaomega, 1995
17. Ley sobre el Sistema Nacional de Asistencia Social

18. Menéndez Marcín, Ana María (coordinadora); et. Al. *Comunicación Política*. FCPyS. UNAM, México 2004.
19. Miklos, Tello, Tomás y Ma. Elena. *Planeación Prospectiva*. LIMUSA, México 2004
20. Moreno, Manuel M. *La organización política y social de los aztecas*. México, Instituto Nacional de Antropología e Historia. 1962
21. Russell L., Ackoff. *Rediseñando el Futuro*. LIMUSA, México 2004.
22. Stainer A., George. *Planeación Estratégica*. CECSA, México 2004.
23. Soustelle, Jacques. Tr. De Carlos Villegas. *La vida cotidiana de los aztecas en vísperas de la conquista*. México, FCE, 1970.
24. Velasco Figueroa, Rosa María. *La Administración Pública y la Asociación Civil en México (DIF)*. Tesis de Licenciatura. C.U. D.F. 1993

PÁGINAS ELECTRÓNICAS

1. www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/31.pdf
2. www.pvem.org.mx/2003/diciembre03/rep_asamblea1.htm

ENTREVISTAS

ISAURA ERNESTINA GALICIA DE HERNÁNDEZ.
Presidenta del DIF Chicoloapan período 2003 – 2006.

ANA BERTHA VILLALOBOS GAMA
Directora del DIF Chicoloapan 2003 – 2005

GUADALUPE ESTHER CASTILLO MEJÍA
Directora del DIF Chicoloapan 2005 – 2006

RUFINA NAVARRETE SALINAS
Coordinadora de Nutricionales del DIF. 2003 – 2006

GUADALUPE FLORES
Coordinadora de Discapacidad. 2003 – 2006

ESPERANZA D. GALINDO MORALES
Coordinadora de la Procuraduría en Defensa del menor y la familia. 2003 -2006

CÉSAR GÓMEZ HERNÁNDEZ
Coordinador de Odontología. 2003 – 2006

AUSENCIO ROJAS RODRIGUEZ
Coordinador de Psicología. 2003 – 2006

IVÁN RODRÍGUEZ GARCÍA

Coordinador de Atención Médica. 2003 – 2006

BLANCA L. NÚÑEZ BERNAL

Tesorera en DIF 2005 - 2006

ADÁN NERI HERNÁNDEZ

Presidente del Comité Municipal del PRD período 2005 – 2007

LEGISLACIÓN

- a) Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental. México, Senado de la República. Septiembre 2002
- b) Ley sobre Sistema Nacional de Asistencia Social.
- c) Decreto por el que se crea el Instituto Nacional de Protección a la Infancia, D.O. 1 de febrero de 1961 y modificado el 30 de Octubre 1974.
- d) Decreto por el que se crea la Institución Mexicana de Asistencia a la Niñez. D.O. 19 agosto de 1968.
- e) Decreto por el que se crea el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) D.O. 13 de enero de 1977.

HEMEROGRAFÍA

El DIFusor. Comunicación Social del DIF.

Año I y II.

Números I – 14.

Años de Publicación 2003 - 2005

Editor: Mario Fernando García Hernández.