



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ARAGÓN**

**COMUNICACIÓN Y GOBIERNO: UN ACERCAMIENTO AL TRABAJO DE
COMUNICACIÓN SOCIAL EN LOS GOBIERNOS DE LOS PRESIDENTES VICENTE
FOX Y FELIPE CALDERON**

INFORME DE DESEMPEÑO PROFESIONAL

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LIC. EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO**

P R E S E N T A:

VERÓNICA ALEJO ALAMILLA

Asesor : Mtro. Rubén Darío Vázquez Romero

2015

Nezahualcóyotl, Estado de México.





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.

A la Universidad Nacional Autónoma de México
por la formación académica humanista
que me ha permitido superar con éxito
los retos profesionales.

A Humberto, Sofía y María José por ser el
estímulo.

A mis padres y hermanos por el apoyo
incondicional.

A Rubén, Carlo y Ricardo por su ayuda para
hacerlo realidad

Contenido

Capítulo I: Inicio de la vida profesional.	1
1.1. La búsqueda del Servicio Social.....	1
1.2. La primer Oficina de Comunicación Social de un partido de oposición en el Senado de la República.	2
1.3. Investigación y seguimiento.....	9
1.4. Información y Difusión	11
1.5. Mi primer trabajo, su primera Oficina.....	15
Capítulo II. Las grandes ligas: la oficina de Comunicación Social de la Presidencia	23
2.1 La campaña de Vicente Fox.....	23
2.2 Fox gana la Presidencia. Llega la oficina de transición.....	26
2.3 La Coordinación Presidencial para la Alianza Ciudadana.....	31
2.4 La oficina de Comunicación de la Presidencia.....	40
2.5 La reestructuración de la Oficina de Comunicación Social de la Presidencia	42
2.6 La apertura con los medios	52
2.7 La salida de Comunicación y la llegada a la Coordinación de Políticas Públicas.....	54
2.8 Fox y la imagen ante los medios	59
2.9 El libro sobre políticas públicas	60
Capítulo III: La oficina de asesores de la Secretaría de Economía.	63
3.1 La llegada al equipo de Asesores	63
3.2 Las expectativas de los discursos	67
3.3 El proceso de elaboración de discursos y las negociaciones con Presidencia	69
3.4 Las labores alternas	75
3.5 La realidad y los discursos	76
3.6 El adiós a la Secretaría de Economía	80
Consideraciones finales.....	81

Introducción.

Han pasado más de 17 años desde que inicié mi vida profesional en el ámbito de la comunicación. La primera parte de esos años trabajé y me desarrollé como profesionalista en oficinas de comunicación social y asesoría para gobiernos panistas, lo que me brindó la oportunidad de vivir de cerca un cambio profundo en la forma de ejercer la comunicación social desde las instituciones en México y de entender el rol de los medios, tanto escritos como electrónicos, desde las estructuras gubernamentales.

Para contextualizar lo anterior, vale la pena un somero recuento de algunos de los acontecimientos más significativos que ocurrieron en las décadas de los ochenta y noventa en nuestro país y que dan cuenta de la situación política, económica y social de aquel entonces.

Durante los años ochenta, México vivió una de sus peores crisis económicas, la de 1982, en que el peso se devaluó en 153 por ciento.

El PRI continuaba como partido hegemónico en el poder y la elección de gobernantes, y en especial del Presidente de la República, se hacía mediante el conocido "dedazo"; es decir, por designación del Presidente que estaba por terminar su mandato.

El jueves 19 de septiembre de 1985 marcó un antes y un después por el terremoto de ocho grados que sacudió la Ciudad de México dejando miles de muertos y, como consecuencia de ello, el "despertar" de la sociedad civil organizada.

En 1988 Carlos Salinas de Gortari asumió el poder después de una elección inédita, precedida por la mayor escisión del partido en el gobierno y en medio de grandes impugnaciones y sospechas sobre la legalidad de los resultados electorales.

Por primera vez, el candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI) enfrentaba una verdadera competencia con dos candidatos opositores: Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, abanderado del Frente Democrático Nacional, quien encabezó el desprendimiento del PRI acusando traición a su ideología por la política económica del gobierno de Miguel de la Madrid (1982-1988); y Manuel J. Clouthier, empresario sinaloense postulado por el Partido Acción Nacional (PAN).

Ese año, en México veían la luz avances importantes en materia electoral, como la creación de regidores de representación proporcional en los ayuntamientos, el aumento del número de diputados de representación proporcional en el Congreso (de cien a doscientos) para alcanzar un total de 500, y la creación de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, entre otros.

El proceso electoral tuvo una intensidad nunca antes vista y se convirtió en la elección más cuestionada de la historia mexicana, lo que se reflejó en el seguimiento que la prensa hizo del mismo y de su momento crítico: la famosa "caída del sistema", argumento con el que desde el gobierno se disfrazó el fraude denunciado por la oposición y que provocó multitudinarias movilizaciones.

A inicio de los noventa se incrementaban los movimientos sociales como los del magisterio, ferrocarrileros y trabajadores del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS). Se crearon instituciones como la Comisión Nacional de Derechos Humanos y el Instituto Federal Electoral, y se aprobó el Nuevo Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. Se emitieron las primeras credenciales para votar con fotografía y en el terreno económico se firmó el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).

En 1992, Joaquín Hernández Galicia, La Quina, el poderoso líder del sindicato petrolero fue condenado a 35 años de prisión; murió el líder social Salvador Nava tras haber derrotado con su lucha al sistema en el estado de San Luis Potosí; y al año siguiente, en la Ciudad de México, se realizó el primer plebiscito por los derechos políticos de los habitantes del Distrito Federal, cuyo resultado fue a favor de convertir al D.F en el estado 32, tener un congreso local propio y elegir a su gobierno.

Un suceso que conmocionó a la nación fue el asesinato del Cardenal Juan Jesús Posadas Ocampo en la ciudad de Guadalajara, en medio de una balacera entre narcotraficantes.

En materia de medios de comunicación, destaca la aparición en la capital del país de un nuevo periódico, Reforma, que aglutinó a numerosas personalidades Y, por otra parte, la privatización de los dos canales de televisión, la Compañía Operadora de Teatros y los Estudios de Cine América.

En 1994 se suscitaron eventos que conmocionaron la vida nacional: surgió el levantamiento armado indígena del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en el estado de Chiapas, y fueron asesinados el candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI) a la Presidencia de la República, Luis Donaldo Colosio, así como el Secretario General de dicho partido, José Francisco Ruiz Massieu.

Se llevó a cabo el primer debate presidencial entre los candidatos del PRI, Ernesto Zedillo Ponce de León; del PAN, Diego Fernández de Cevallos; y del PRD, Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano.

Hacia finales de ese año se desató la peor crisis económica de los últimos años.

1995 comenzó con el incremento del 10 al 15 por ciento del Impuesto al Valor Agregado (IVA); se privatizaron los fondos de pensiones de los trabajadores. En reacción a ello, se suspendió el tradicional desfile del primero de mayo y los sindicatos independientes tomaron el Zócalo de la Ciudad de México. En el estado de Guerrero, policías estatales mataron a 17 campesinos en el municipio de Aguas blancas.

En febrero de 1996, el gobierno de la República y el EZLN firmaron los Acuerdos de San Andrés Larráinzar con el objetivo de solucionar el conflicto en Chiapas, pero no llegan a concretarse. En tanto, en Guerrero aparece el Ejército Popular Revolucionario (EPR).

El IFE se convierte en una institución independiente del gobierno.

En 1997 murió el Ing. Heberto Castillo, importante político de la izquierda mexicana. En la elección federal del 6 de julio el PRI perdió por primera vez en la historia la mayoría absoluta en la Cámara de Diputados; y se eligió, también por primera vez, al Jefe de Gobierno de la Ciudad de México.

Los cambios políticos de todos esos años provocaron que el contexto social y cultural de nuestro país se fuera modificando.

Las decisiones del gobierno dejaron de estar respaldadas de manera unánime y comenzaron a ser discutidas y cuestionadas, lo que ocasionó que el contexto social y cultural de México se modificara. La sociedad mexicana se tornó más participativa y dejó de creer "a pie juntillas" la información de los medios que, en su mayoría, estaban saturados de información oficial.

Para tener una idea de la situación de los medios de comunicación en aquellos años, vale la pena apuntar que de acuerdo con Raúl Trejo Delarbre, al inicio de la década de los noventa los 25 periódicos que se publicaban (incluyendo deportivos, especializados y vespertinos) imprimían alrededor de 75 mil ejemplares al día; descontando lo que no se vendía, la circulación real era de aproximadamente 450 mil ejemplares cada día.

Es decir, menos de medio millón de ejemplares de todos los diarios en una metrópoli de 17 millones de habitantes.

El periódico Excélsior era el de mayor referencia por su larga presencia y experiencia. La Jornada, por ejemplo, adquirió una indiscutible relevancia por su

periodismo de contenido ideológico leído en círculos académicos y de oposición política.

En esos años hubo una proliferación de diarios que respondía más a la contratación de publicidad política que a cuestiones de índole comercial o a la circulación.

La radio mexicana comenzó su transformación en el año de 1985, a raíz del terremoto y debido a la intensa labor social que realizó.

Se estima que para 1995 en todo México había mil 291 estaciones radiodifusoras.

En la zona metropolitana del Distrito Federal había 56 estaciones: 32 en la banda de amplitud modulada (AM) y 24 en la de frecuencia modulada (FM); por lo menos 15 contaba con programas matutinos de noticias. El periodismo de investigación apenas comenzaba a existir.

"La mayoría de esos programas se distinguen por el tono personal del conductor, que debe equilibrar el *antigobiernismo* exigido por los sectores más contestatario a del público, con la prudencia requerida no sólo por el gobierno, sino fundamentalmente por los dueños de las estaciones que no quieren enemistarse con el poder político a tal grado que pierdan el privilegio que significa tener una concesión radiofónica", destaca Trejo Delarbre.

En este contexto político, económico y social se enmarcaron mis inicios como profesionista egresada de la carrera de Comunicación y Periodismo de la UNAM

En 1996, poco antes de egresar de la licenciatura, me incorporé como prestadora de servicio social en la Dirección General de Comunicación Social del Partido Acción Nacional en el Senado, que en aquel entonces era una oficina de reciente creación en la también llamada Cámara Alta.

En ese equipo de trabajo pude ser testigo y partícipe de una nueva forma de ejercer la comunicación social, ya que por primera vez en el Senado de la República un partido de oposición contaba con su propia oficina de comunicación y destinaba una inversión significativa a un equipo de profesionales del periodismo -bajo el mando de una mujer que además había sido miembro fundador del periódico Reforma-, para entablar una relación con los medios de comunicación basada en la apertura de la información y ajena a prácticas que el Partido Revolucionario Institucional (PRI), el partido en el poder, llevaba a cabo de manera común hasta entonces, como el pago del denominado “chayote” para garantizar la difusión de la información.

No fue una tarea fácil, ya que había que romper inercias heredadas por setenta años ininterrumpidos de un partido hegemónico en el poder. Hubo que enfrentar varias desventajas, que iban desde la inocencia propia de quien desconoce un trabajo, hasta viejas mañas y vicios que se habían mantenido de regímenes anteriores.

La comunicación es una herramienta clave en el quehacer de cualquier organización, institución y/o gobierno. En el ámbito gubernamental, su práctica

correcta y eficaz puede propiciar un adecuado clima de confianza en el Estado y sus acciones, facilitando así el ejercicio de gobierno.

Por ello, este Informe de Desempeño Profesional está orientado a describir los objetivos, acciones e instrumentación de políticas en los que tuve oportunidad de participar durante los gobiernos panistas de los presidentes Vicente Fox y Felipe Calderón. Si bien los dos de un mismo origen partidista, con grandes diferencias en su acción.

El presente informe se divide en tres grandes apartados:

En primer lugar, el inicio de mi trayectoria profesional en la Dirección de Comunicación Social del Partido Acción Nacional (PAN) en el Senado, donde realicé mi Servicio Social y más tarde fui contratada derivado de la estrategia para consolidar la primer oficina de comunicación social del principal partido opositor en la Cámara Alta.

De ahí salté a la campaña del candidato Vicente Fox Quesada a la Presidencia de la República, motivada por un genuino deseo de cambio y, por supuesto, por la perspectiva de nuevos retos laborales.

En ese apartado describo la formación que tuvo esa oficina de comunicación social, los primeros trabajos y el interés de los senadores porque se diera a conocer su trabajo de una manera efectiva y directa. Ahí fue donde tuve mis primeros contactos con el periodismo profesional y sus particulares modos de trabajo.

Posteriormente, refiero mi integración al equipo de trabajo del en aquel entonces futuro Presidente Vicente Fox Quesada.

La segunda parte del Informe abarca el sexenio foxista, en el que me desempeñé en tres áreas distintas: Del año 2000 a finales del 2002 en la oficina de Comunicación de la recién creada Oficina Presidencial para la Alianza Ciudadana, bajo el liderazgo del Lic. Rodolfo Elizondo Torres y cuyo objetivo fue constituirse en un vínculo directo entre el Jefe del Ejecutivo Federal y la sociedad civil organizada. A partir del año 2002 y hasta finales de 2003 en la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, que también estuvo bajo la dirección de Rodolfo Elizondo y quien además fungió como Vocero, cargo que posteriormente desempeñara el Dr. Rubén Aguilar Valenzuela, famoso por corregir y aclarar los dichos del Presidente.

En la operación cotidiana de la comunicación social del gobierno federal, mi labor consistía en contribuir a la coordinación de las oficinas de comunicación social de las diferentes secretarías de Estado. Coordinar la ejecución de estrategias de comunicación entre los gabinetes legal y ampliado, y atender las necesidades de los medios de comunicación, a partir de la generación de contenidos, mensajes clave y de responder a solicitudes específicas como las solicitudes de entrevista con el Presidente, fueron parte esencial de mi trabajo durante ese sexenio. Trabajé en varias oficinas con diferentes actividades, que describo a lo largo de ese capítulo.

Durante la segunda mitad del sexenio me integré al equipo del entonces Jefe de la Oficina de la Presidencia para las Políticas Públicas, Eduardo Sojo, trabajando en su Coordinación de Asesores. Si bien en esta última etapa desempeñaba una labor diferente a la realizada durante los primeros años del sexenio, no por ello fue menos gratificante o interesante. El contacto con medios no fue el mismo, pero mi labor siempre estuvo muy ligada al análisis de medios de comunicación y de la comunicación social del Gobierno.

Cuando finalizó la administración foxista, inicié una nueva etapa al ingresar a la Coordinación de Asesores del Secretario de Economía Eduardo Sojo, ya con el Presidente Felipe Calderón Hinojosa.

El trabajo que realicé en las áreas de comunicación social y asesoría en la Presidencia de la República y en la Secretaría de Economía siempre estuvo estrechamente vinculado a mi formación como comunicóloga. De hecho, en la primera trabajé en la Oficina de Comunicación Social, mientras que en la segunda lo hice en la Unidad de Discursos del Secretario, tarea que implicaba estar al día en materia de medios (noticias, tendencias, etc.)

Es cierto que muchas cosas las tuve que aprender sobre la marcha y que nadie me advirtió sobre los pormenores del trabajo pero me queda claro que ninguna escuela ni universidad puede adelantarse a la realidad y enseñar algo que de suyo propio no sabe que va a suceder.

La gran contribución de la Universidad Nacional Autónoma de México en mi formación profesional fue prepararme con una visión académica analítica y

humanista que me ha permitido desempeñarme con todo profesionalismo en altas esferas de la política mexicana y salir bien librada en todo momento y reconocida por mi eficiencia.

Sirva mi experiencia profesional para que las personas interesadas en leer este trabajo cuenten con algunos elementos que les permitan enterarse de lo que sucede en las oficinas de comunicación social del Gobierno Federal y puedan desarrollar un mejor trabajo para que pongan en alto el nombre de nuestra Universidad.

Capítulo I: Inicio de la vida profesional.

1.1.La búsqueda del Servicio Social

Septiembre de 1996. Faltaba menos de un año para terminar la carrera y al igual que el resto de mi generación, me preguntaba sobre las fuentes de trabajo y las posibilidades de empleo una vez que ya estuviera fuera de la escuela.

Siempre me habían gustado los medios electrónicos; incluso mi especialización en los talleres fue Televisión. Imaginaba que en algún momento me incorporaría a la producción de algún programa y que estaría trabajando detrás de cámaras, ya que la verdad, lo mío nunca fueron los reflectores.

Del cómo iba a entrar a trabajar en los medios, no tenía la menor idea. Varios compañeros míos ya se encontraban haciendo sus prácticas profesionales o el servicio social en alguna televisora, algunos otros estaban igual que yo: esperando una oportunidad para incursionar en el mundo de los medios.

No faltaba algún conocido que dijera: “yo te voy a ayudar a entrar a tal televisora”, pero los meses pasaban y no había respuesta alguna. No quería terminar la Universidad y empezar la búsqueda de un lugar para hacer el servicio, más tarde las prácticas profesionales y por último y después de regalar varios meses mi trabajo, un lugar que me contratara haciendo lo que fuera, menos trabajo de comunicación.

Mi meta era muy clara, me encantaban los medios, más allá del simple glamour que rodea a una licenciatura como la nuestra. Por ello, estaba decidida a encontrar una buena opción para hacer el servicio social. Mi plan, como el de muchos, era que el servicio social me ayudara a encontrar un lugar que no sólo me permitiera aprender, sino que al mismo tiempo me ofreciera una posibilidad de desarrollo y empleo.

Ya había escuchado historias de otros compañeros de mi generación que estaban haciendo su servicio. Horas sentados haciendo nada, sacando fotocopias o haciendo labores de un mensajero. Aunque tardara un poco más, encontraría el sitio adecuado.

A final de cuentas, la espera valió la pena.

1.2.La primer Oficina de Comunicación Social de un partido de oposición en el Senado de la República.

Como su nombre lo indica, una oficina de comunicación social es la encargada de comunicar, difundir, canalizar y responder a las demandas de comunicación de una Institución, con el objetivo de hacer públicos sus logros y metas, así como los diferentes avances y acuerdos que se logran. Entre otras actividades, es la oficina encargada de mantener contacto permanente con los medios de comunicación para, a través de ellos, informar a la opinión pública acerca de las actividades de la Institución.

Hacia finales de la década de los noventa, para el Partido Acción Nacional en el Senado resultaba apremiante contar con una oficina de comunicación social propia. Siempre habían divulgado su información a través de la estructura en el Legislativo del entonces partido en el poder. Sin embargo, poco a poco, la demanda de fuentes de información distintas a la oficial que garantizaran veracidad o por lo menos una perspectiva diferente, además del peso político que el PAN fue adquiriendo, hizo necesario un contacto más cercano con la ciudadanía a través de los medios de comunicación.

Seguir las líneas que marcaba todo el aparato de comunicación del PAN resultaba funcional. No obstante, y ante la dinámica propia del Poder legislativo, era necesario tener un despacho encargado de divulgar el trabajo de los Senadores de oposición, que para entonces era escasa para la sociedad mexicana.

A iniciativa del Senador Gabriel Jiménez Remus, líder de los senadores del PAN, la Licenciada Clara Torres, una periodista ligada en sus orígenes a la creación del grupo Reforma y cuya trayectoria inició en el periódico “El Norte” como reportera y editora, se hizo cargo del proyecto, con todas las limitantes que una oficina que inicia puede tener.

El objetivo principal de esa nueva oficina de Comunicación Social era dar a conocer y posicionar entre la opinión pública el trabajo del grupo parlamentario de la segunda fuerza política más importante del país. Como tal, los Senadores asumían la importancia de tener una proyección más constante y positiva en la opinión pública.

Era un ánimo muy distinto a lo que dentro del Partido se había vivido en años anteriores, puesto que ya habían ganado muchos escaños tanto en la cámara de Senadores como en la de Diputados y se vislumbraba la posibilidad de ganar las elecciones presidenciales en el año 2000.

Por tal motivo, los legisladores tenían la encomienda de posicionarse como un Partido de oposición crítica y responsable y, al mismo tiempo, como una fracción propositiva. Aunado a ello, estaba la proyección que cada Senador buscaba en sus distintos estados.

Gracias a la visión del Coordinador Parlamentario se contó con todos los recursos necesarios para contar con una estructura completa: Dirección de Información, dedicada al monitoreo y análisis de medios, y una Dirección de Difusión, a cargo de la relación con los reporteros que cubrían dicha fuente periodística. Además, claro, de secretarías, choferes y equipo de cómputo con la última tecnología.

En septiembre de 1996 empecé a hacer mi servicio social en la Coordinación de Comunicación del PAN en el Senado. Al principio, mi horario era de las 14:00 a las 18:00 horas, pero como era de esperarse, nunca salía a esa hora.

Me interesó ese horario porque durante la mañana aún asistía a la universidad, aunque tenía que dedicar bastante tiempo en traslados desde la E.N.E.P. Aragón en Ciudad Nezahualcóyotl, hasta la Torre Caballito, en las calles de Bucareli y Reforma, donde tenía su sede la oficina. Durante las tardes el trabajo en la oficina se concentraba en el monitoreo de medios electrónicos, es decir, radio y televisión, y en la elaboración de seguimientos informativos; a diferencia del trabajo en las

mañanas en que uno de los principales objetivos era elaborar en equipo la síntesis informativa.

De esa manera transcurrieron casi seis meses y hacia el final del servicio social, como también se acercaba el fin del semestre, pude ir en las mañanas e involucrarme en la realización de la síntesis informativa.

Había todas las perspectivas de crecimiento, pues yo veía que no sólo estaba el área de información, sino también la de difusión, que requería asistir a las sesiones del Pleno, entre muchas otras actividades.

Mi vida personal cambió mucho a partir de que empecé a trabajar en el Senado de la República. Mi perspectiva sobre la comunicación cambió, se amplió e incluso se modificó respecto de lo que conocía y sabía.

Descubrí que para el desarrollo de mi carrera y de mi vida laboral, en lugar de tomar la especialización en televisión, me hubiera servido más el taller de prensa; pero en aquel entonces no me resultaba atractivo.

Descubrí otra faceta que no era únicamente el hecho de ser reportero, que de verdad a mí, nunca me interesó.

Participar en la elaboración de la síntesis informativa era cansado porque había que entrar a las 06:00 de la mañana, pero uno comienza su vida laboral desea “entrarle a todo”, además, es parte de la formación básica de cualquier persona que elija una profesión similar. Se deben conocer los procesos y saber cómo funciona cualquier oficina de comunicación social.

Era una mujer recién egresada de la universidad y estaba conociendo un ámbito que no imaginaba. Desconocía el mundo de la política, pero el servicio y el trabajo me brindaron la oportunidad de acercarme a lo que más tarde sería mi mundo y, en buena medida, mi vida.

El servicio social fue para mí una gran manera de iniciar la vida profesional y poner en práctica lo que había aprendido en la Universidad. Esto me parece fundamental ya que me topé con mucha gente cuyas sus experiencias fueron decepcionantes y una lamentable pérdida de tiempo y de oportunidades: prácticamente “los mandaban por las tortas”, o bien, se limitaban a utilizar tanto los insumos como las horas de su servicio social para hacer tareas o cualquier otra cosa menos un trabajo adecuado.

En mi caso se sumaron varios factores decisivos: una oficina de reciente creación y con grandes proyectos que requería profesionales del ramo, mis ganas de aplicar lo aprendido hasta entonces y de seguir creciendo, así como el alto nivel de responsabilidad y compromiso que confirmé en mí desde el primer día.

Después de varios años me tocó, ahí mismo, tener a cargo gente de servicio social. De los tres años en que laboré en ese espacio, durante el último una de mis consignas fue que contribuir a que los jóvenes prestadores de servicio social trabajaran y de verdad sacaran provecho de la experiencia, tal como me había sucedido a mí.

En este sentido, una anécdota interesante fue cuando se incorporó una estudiante de los últimos semestres de la carrera de Derecho que resultó de gran ayuda porque

para entonces se elaboraba una bitácora legislativa. Ella iba saliendo de la escuela y su ayuda fue importante. Cuando terminó su servicio, me comentó que había aprendido mucho y que sentía que ya podía pedir trabajo demostrando experiencia en algo. Esa situación fue muy gratificante.

Un detalle que no me gustaba de las actividades de mi servicio social fue mandar faxes. Cada que salía un comunicado debía mandarlo a todas las redacciones de los medios de comunicación. Era muy tardado y un poco engorroso. En esos momentos pensaba si había estudiado para mandar faxes. No sucedía todo el tiempo, pero llegaban momentos en que la capacidad de la oficina estaba rebasada y la jefa nos ponía a apoyar en lo que fuera necesario. Al final, nos preguntaba “¿Mandaste el fax?” y asentíamos, para encontrarnos con un nuevo cuestionamiento: “¿Y lo se recibió bien en las redacciones?”. Era entonces que teníamos que regresar y confirmar que hubiera llegado el documento sin problema alguno. Como eran varias hojas había que revisar que la primera y la última palabra se leyeran a la perfección.

Entonces empezaba el peregrinar telefónico para confirmar.

Una de las actividades que más disfrutaba era que cuando, una vez terminada la síntesis informativa, había que repartirla en las oficinas de los senadores; o bien, cuando en ocasiones algún Senador solicitaba apoyo en particular de alguien del área de comunicación. Esa interlocución con personalidades de la política nacional resultaba muy satisfactorio para una chica recién egresada de la Universidad; le daba un sentido de importancia e incluso, de exclusividad a mis actividades.

Debo reconocer que era un tanto inocente mi postura en aquel entonces, pues me sentía muy emocionada al platicar con los legisladores, los verdaderos protagonistas de los sucesos que yo me encargaba de reseñar. Me llamaba algún senador y sentía que como niña, me estaban invitando a la fiesta de los grandes. Por lo general pedían que se les hiciera el seguimiento de alguna noticia. Con ello tenían elementos para opinar en el momento en que la prensa los cuestionara sobre cualquier asunto.

Algo que siempre mantuvo mi interés fue la perspectiva de poder involucrarme en la vida política nacional. Me resultaba muy atractivo saber cuáles eran los procesos que seguían los legisladores. Y también me resultaba muy atractivo interactuar con los reporteros.

No obstante de haber sido el servicio social, siempre teníamos que guardar disposición para el trabajo; en muchas ocasiones me mandaban llamar cuando casi era la hora de retirarme y me pedían que me quedara a realizar algún trabajo. Al principio, mi entrega fue absoluta y lo hacía sin cuestionar, sin embargo, el hecho de quedarme a trabajar tantas horas extra me resultaba un poco asfixiante porque ya no podía hacer nada más. Años más tarde, descubrí que ésa era la constante y que a pesar de todo, era el camino que yo había elegido.

Debo enfatizar que las oportunidades se brindaban por igual dentro de la oficina y todos, en la medida de sus responsabilidades cooperaban haciendo el trabajo que les tocaba hacer. Por mi parte, como una chica recién egresada de la Universidad,

mi trabajo me apasionaba porque estaba en contacto directo con los protagonistas del rumbo político del país, lo cual era muy satisfactorio.

1.3. Investigación y seguimiento

La oficina se dividía en dos áreas: en una oficina de información y en una oficina de difusión. La oficina de información hacía síntesis, monitoreo en medios y documentos de seguimiento o seguimientos informativos.

Diariamente se entregaba la síntesis informativa. Antes de las nueve de la mañana los Senadores recibían el documento en su oficina; después de eso, el trabajo consistía en hacer monitoreo electrónico para que al mediodía se entregara un primer corte de las principales noticias difundidas por las estaciones de radio y televisión de mayor impacto, cuyos parámetros eran:

- ¿Qué se decía sobre los temas más relevantes de la agenda nacional?
- ¿Qué se decía sobre los temas coyunturales de interés de los Senadores en función de sus agendas específicas?
- ¿Qué se decía del Grupo Parlamentario del PAN en el Senado?
- ¿Qué se decía del Partido Acción Nacional?
- ¿Qué se decía en específico de cada Senador?
- ¿Qué se decía sobre la posible transición en el Poder Ejecutivo Federal?

Cada uno de los Senadores requería información específica dada su participación en distintos grupos de trabajo; así, la síntesis o los seguimientos informativos dependían de los temas en los que cada uno de ellos estuviera trabajando.

Por ejemplo, si se realizaba una reunión Interparlamentaria y al frente de la Comisión en cuestión se encontraba un Senador del PAN, por supuesto se generaban muchas notas sobre él y su desempeño, motivo por el cual se debía hacer una revisión exhaustiva de las noticias.

Las notas se clasificaban en positivas, negativas o neutras; es decir, aquellas que eran claramente benéficas para la imagen y los objetivos de comunicación del personaje en cuestión, las que distorsionaban el mensaje que se pretendía difundir e incluso afectaban la imagen del personaje y las que se limitaban a hacer una elemental referencia al mismo.

Las clases que llevé sobre análisis de contenido fueron muy útiles, pues no sólo trataba de buscar los adjetivos que de manera evidente mostraran la tendencia positiva o negativa de una columna o noticia, sino que buscaba contextualizar todo el material periodístico para tener una visión mucho más amplia de lo que se estaba diciendo.

Era necesaria una comprensión mucho más profunda de aquello que se decía en los medios. Además, había que hacerlo de manera rápida, ordenada y metodológicamente, pues la síntesis debía entregarse cada mañana sin falta.

Respecto a los seguimientos informativos, siempre empezábamos por aquellos que el Partido consideraba los más importantes. Por ejemplo, Televisa (con sus divisiones de Radio y Televisión), Reforma, El Universal, Grupo Radio Fórmula, entre otros más. Las razones por las cuales se consideraba a un medio más importante que otro era por el alcance que tenía en cuestión de audiencia o lectores, por la relevancia e importancia de sus comentaristas y por la seriedad y profesionalismo con que realizaban su trabajo.

De lo que se trataba era de registrar la evolución de alguna noticia, es decir, de cómo se iba moviendo la tendencia dentro de los medios de comunicación y qué decía la opinión pública. Como es sabido, el análisis de un solo medio no proporcionaba la realidad de lo que acontecía, algunas noticias se informaban con un enfoque en la misma tendencia ideológica del Partido; por el lado contrario, algunos tenían una postura opuesta. Por tanto, había que hacer una revisión amplia y cuidadosa.

1.4. Información y Difusión

El objetivo principal de esta oficina de difusión era difundir el trabajo del grupo parlamentario, básicamente con la elaboración de boletines de prensa. El trabajo consistía en ir a cubrir las sesiones; en periodos ordinarios dos veces por semana; en comisiones permanentes, una vez, los miércoles. Había que ir a cubrir las sesiones.

Regularmente llevábamos una idea de las cuáles eran los temas de la agenda, cuál era la orden del día y cuál el posicionamiento del grupo ante los diferentes asuntos. En algunas ocasiones íbamos muy preparados porque sabíamos que algún Senador presentaría una iniciativa. Entonces nos hacía llegar la iniciativa el mismo día, para que nosotros las leyéramos y analizáramos.

Así, cuando llegábamos a la sesión ya podíamos ir adelantando el trabajo de manera tal que al término de ésta, tuviéramos un comunicado de prensa oficial aprobado por la Directora de Comunicación Social y listo para ser enviado a los medios de comunicación.

Cuando algún senador de la fracción del PAN presentaba alguna iniciativa, todo el equipo de comunicación estaba muy atento no sólo a dicha presentación sino a la discusión y réplicas que había por parte de los demás legisladores. En ese sentido, teníamos que atender a todas las discusiones para registrarlas en el comunicado.

Por lo general, en los comunicados se mencionaban las réplicas de otros legisladores, pero no sus nombres pues la intención era distinguir la participación del miembro de la fracción del PAN, por tanto, no había por qué mencionar a los miembros de otros partidos, salvo que la importancia del debate lo ameritara.

Alrededor de las tres o cuatro de la tarde acababan las sesiones, iniciadas desde las 11:00 horas en la antigua sede del Senado, y para esa hora ya se tenían varios boletines enviados a la oficina en Torre Caballito, desde donde otra parte del equipo enviaba el material a las redacciones vía fax o correo electrónico, en el caso de que

los medios lo tuvieran disponible. A finales de la década de los noventa, eso aún no era muy común.

Debo destacar que la Directora General era muy cuidadosa de la redacción, elaboración y envío de todos y cada uno de los materiales. De hecho, puedo asegurar que en el tiempo que laboré en la oficina, no recuerdo haber escuchado de algún error o equivocación en los boletines generados.

Cuando los temas eran delicados, por ejemplo una sesión de fin de año para aprobar el presupuesto, las sesiones legislativas eran muy duras y ríspidas, por tanto, debíamos tener mucho más cuidado en lo que se redactaba antes de hacer un pronunciamiento oficial. En ese tipo de casos, los comunicados eran enviados a los líderes parlamentarios del partido para su revisión y aprobación.

Los comunicados eran revisados con el mayor detalle y corregidos para evitar errores o ambigüedades.

Sin embargo, siempre había momentos de crisis en los que por alguna razón el Partido tenía que fijar una postura de forma inmediata, clara, precisa y contundente.

Recuerdo el caso de los “Amigos de Fox”, un par de años más tarde, cuando ya me encontraba laborando. Estábamos en una sesión en el Senado cuando de repente subió a la tribuna el entonces diputado del PRI, Enrique Jackson y comenzó a hablar sobre los cheques, el financiamiento y demás cuestiones que supuestamente convertían en ilícito a los “Amigos de Fox”, mecanismo mediante el cual se financió la campaña a la Presidencia de Vicente Fox para justificar legalmente el apoyo

financiero recibido. En ese momento, se cuestionó de manera intensa a los legisladores del PAN sobre lo que sabían o desconocían a través de la oficina de comunicación social en la que yo trabajaba.

Ese suceso fue un reto interesante para la titular de la oficina y el equipo en su conjunto, pues ella tuvo que liderar al interior del grupo parlamentario la estrategia de manejo de crisis de comunicación, en coordinación claro con el Comité Ejecutivo Nacional del PAN. Para el equipo, la orden fue seguir puntualmente todas las intervenciones de los legisladores para responder a cualquier nuevo argumento para descalificar el financiamiento a la campaña del candidato panista.

Todo ello con la intención de tener material oportuno para los reporteros, pues al ser ése un debate ríspido y álgido, era obvio que iban a estar más atentos, pues eso les iba a generar más noticias y un mayor despliegue de sus notas en los respectivos medios de comunicación. Si el equipo hacía su trabajo de forma oportuna y organizada, se podría atemperar o inclinar la balanza informativa a nuestro favor.

Cabe recordar que en medio de la crisis de se vivía, tuve la oportunidad de, por primera vez, atender personalmente solicitudes de información de periodistas de la talla de Carmen Aristegui, lo que sin duda alguna constituyó un estímulo a mi desempeño porque eran personalidades reconocidas y el hecho de que se me delegaran esas responsabilidades era un reconocimiento a mi capacidad y confiabilidad.

Una parte del trabajo en los medios la hacía de manera directa la titular del área al negociar y gestionar al más alto nivel la apertura de espacios para difundir la

información de los Senadores panistas. Eso significaba que negociaba entrevistas con legisladores o determinaba quién se iba con la exclusiva de acuerdo al medio que ella consideraba adecuado para resolver dicha crisis.

1.5. Mi primer trabajo, su primera Oficina

El servicio social lo terminé en Febrero de 1997, un martes, recuerdo bien; y el miércoles fue mi primer día de trabajo de forma oficial. Desde meses antes, yo había platicado con la titular de la recién creada oficina de comunicación social del Grupo Parlamentario del PAN en el Senado sobre la posibilidad de quedarme y trabajar ya con un sueldo y con mayores responsabilidades. Ella respondió, como todos los jefes, que no todo dependía de ella, que tendrían que revisar los presupuestos, que habría que ver mi desempeño y muchas cosas más, sin embargo, yo sabía que de contratar a alguien, ésa sería yo, pues conocía a la perfección la oficina, ya que, prácticamente, estaba en el equipo fundador.

Días antes de terminar el servicio, durante una plática me pidió que llevara algunos documentos que hacían falta para mi contratación, pues no quería que el trabajo se detuviera por culpa de papeleos y burocracia. Así, unos días antes de terminar el servicio, el trabajo estaba asegurado, lo cual me dio mucha tranquilidad y orgullo, pues mi labor estaba siendo reconocida.

Al principio, no noté ningún cambio en la carga de trabajo, puesto que realizaba casi las mismas actividades. Incluso, dada mi total disposición para aprender y trabajar,

siempre terminaba haciendo horas extra porque así lo demandaba la oficina. Mi compromiso era evidente y mis ganas de aprender, también.

En un principio, seguía haciendo la síntesis informativa, ya que era necesario que todos los senadores la tuvieran lista a las 9:00 de la mañana en punto, pues era la hora de inicio de actividades y lo que primero debían hacer era mantenerse informados y actualizados sobre lo que sucedía en México y el mundo.

Después hacíamos monitoreo de medios electrónicos. Para tal efecto, revisábamos los portales de los medios de comunicación que ya tenían ese servicio. Aunado a ello, en la oficina teníamos contrato en la oficina con la empresa *Especialistas en medios*, dedicada a monitorear medios de comunicación de acuerdo a las necesidades de cada cliente.

Aunque enviaban un corte por la mañana, en la oficina nos repartíamos las estaciones y medios y cada quien se encargaba de escuchar o leer diferentes medios de comunicación. Por ejemplo, uno se dedicaba a escuchar a Carmen Aristegui, otro más a Pedro Ferriz de Con, o bien a Oscar Mario Beteta y a Gutiérrez Vivó, etcétera. Todo ello para que a mediodía entregáramos un corte de información con lo que el equipo había investigado y lo que la empresa había entregado.

En el transcurso del día se elaboraban dos cortes más, haciendo un total de tres: uno al mediodía, otro más para las 14:00 horas y el último a las 18:00 horas.

Contábamos también con un servicio llamado *Infolatina*, dedicado a concentrar y suministrar archivos históricos de muchas publicaciones, incluso en inglés, lo que lo

convertía en una herramienta muy útil para hacer seguimientos y análisis estadísticos y periodísticos.

Si se nos pedía hacer un seguimiento de la Reforma laboral, había que buscar y recopilar todas las acciones y declaraciones del día. Sin embargo, si un Senador pedía que se revisara cuáles eran los antecedentes del PRD y del PRI al respecto y cuáles fueron sus posturas en gestiones pasadas, en primer lugar recurriamos al diario de los debates del Congreso, que concentra todos los debates que se dan en las Cámaras y que está a libre disposición, pero para declaraciones, posturas, entrevistas y demás documentos periodísticos, recurriamos a Infolatina.

Durante casi un año entré a las 06:00 de la mañana y me retiraba a casa pasadas las 19:00 horas.

A mí particularmente me llamaba la atención el área de difusión, que era donde se encargaban de hacer los boletines de prensa, el contacto con los reporteros y las relaciones públicas.

Ese primer año significó una época de crecimiento y aprendizaje porque me permitió vivir el día a día poniendo en práctica cuestiones que había aprendido en la Universidad sólo de manera teórica: desde la clasificación de las notas informativas, cuya impacto comprendí en toda su dimensión hasta mi incorporación al Senado; o bien, los análisis de la opinión pública para la toma de decisiones, tantas veces discutidos en el salón de clases al cursar la materia del mismo nombre.

Conforme pasaban los días fui adquiriendo mayores responsabilidades en virtud de que demostré mi capacidad para identificar las tendencias en los medios, para procesar la información que se generaba y para redactar, lo que me permitió participar mucho más en la redacción de los boletines y comunicados de prensa que se hacían en la oficina.

Así, durante todo el segundo año que estuve trabajando en la oficina de Comunicación Social me dediqué a redactar, revisar y corregir los boletines y comunicados que el departamento de comunicación enviaba a los medios.

Para entonces, en los hechos me desempeñaba como encargada del área de difusión y empezaba a coordinar a prestadores de servicio social.

Aunque administrativamente mantenía la categoría de analista, ello no me importó pues en la práctica yo coordinaba, bajo la supervisión de la Directora General, y eso me brindaba la oportunidad de ampliar mi desarrollo como profesionista.

Con el nivel de responsabilidad que me había sido encomendado, debía ser extremadamente cuidadosa con la información que manejaba. Siempre revisaba más de una vez todo el material para que fuera perfecto y no tuviera ninguna ambigüedad y menos aún, una falta de ortografía.

Sin lugar a dudas, fue una gran satisfacción la primera vez que ví un boletín de prensa redactado por mí reproducido en las páginas de los periódicos o alguno de sus párrafos citado en los reportes noticiosos de algún espacio radiofónico.

En ese momento tomé conciencia del impacto de mi trabajo en la opinión pública y confirmé la enorme responsabilidad de mi labor.

Si la información que procesaba era clara, concreta y de interés sería retomada de mejor manera en beneficio del o los personajes cuyo mensaje fuera objetivo posicionar.

Mi labor comprendía muchas más responsabilidades. Asistía a las sesiones de la cámara, daba seguimiento puntual a las sesiones y elaboraba y enviaba los boletines a los medios.

Quienes conformábamos la oficina de comunicación del PAN en el Senado éramos conscientes de que en el mundo periodístico los reporteros siempre buscan las fuentes de información que les den las noticias en el momento. Sabíamos que si no manteníamos informados a los periodistas éstos no retomarían la información del grupo parlamentario del PAN en el Senado o lo harían con información muy elemental, en detrimento de la estrategia de difusión que se hubiera delineado.

Si no se generaba la información, difícilmente los reporteros recurrirían a nosotros como una fuente confiable. De nosotros dependía en gran medida que los medios nos tomaran en cuenta.

Las herramientas más importantes para el desarrollo del trabajo eran los boletines. Estos debían ser claros, precisos y con información verificable. Al redactarlos, seguíamos la estructura de pirámide invertida de una nota informativa, es decir de lo general a lo particular, empezando siempre por lo más importante.

En el último año de mi estancia en el departamento de comunicación social, logré que me ascendieran a la función de Encargada de Prensa, siendo mi principal labor mantener un constante vínculo con los reporteros y periodistas de la fuente.

En buena medida, me encargaba de promover y gestionar la presencia de los Senadores del PAN en los medios de comunicación a través de entrevistas, exclusivas, y de proporcionar información oportuna y de interés sobre temas específicos.

Obviamente, mi responsabilidad se incrementó. En esa nueva posición siempre intervenía en la toma de decisiones puesto que mi trabajo me permitía la ventaja de saber qué decían los representantes de los medios y cómo lo decían, y al mismo tiempo conocer las estrategias de comunicación del grupo parlamentario.

En este sentido, debía trabajar para encontrar los puntos de coincidencia entre los intereses de los legisladores y la agenda de los medios de comunicación.

Así, cuando abordaba con mi jefa la conveniencia o no de alguna entrevista, exclusiva o la entrega de materiales a algún medio, yo ya tenía una idea clara de qué proponer para alcanzar un resultado positivo o, en su defecto, para controlar alguna situación desfavorable.

Al principio uno es muy idealista y piensa que los reporteros son todos profesionales comprometidos con el manejo veraz de la información, que no se detienen ante nada y quieren encontrar siempre una exclusiva, pero la realidad es que muy pocos son así.

En varias ocasiones llegué a ver que el comunicado que yo había escrito, lo habían publicado con todos los puntos y comas que llevaba originalmente y sin modificar nada, pero firmado por el reportero de la fuente.

En cierta medida eso resultaba conveniente, pues al final la intención era que la opinión pública conociera el trabajo del grupo parlamentario, pero no dejaba de haber cierta inquietud al respecto del trabajo de algunos reporteros.

Puedo decir que, desde mi punto de vista y experiencia personal, los periódicos “Reforma” y “El Universal” eran dos medios de comunicación que desde entonces se esforzaban por mantener un estándar de calidad alto en su trabajo. Lo mismo sucedía con “La Jornada”, no obstante que la línea del periódico era totalmente opuesta a la del grupo parlamentario. Siempre investigaban y jamás se conformaban con la información oficial que se les proporcionaba, siempre exigían más para realizar su labor o más aún, investigaban por su propia cuenta.

No importaba que fueran de un medio afín o crítico: yo debía proporcionarles todo el material que pudiera hacer mucho más profesional su trabajo y, por consiguiente, el mío.

Sin embargo, había sorpresas desagradables. Tengo no muy buenos recuerdos de reporteros que se dedicaban a replicar los boletines generados por todas las fracciones parlamentarias sin realizar mayor trabajo periodístico.

El servicio social y mi primer trabajo dentro de la nueva oficina de Comunicación Social del PAN en el Senado fue una experiencia que no sólo marcó mi vida en el

sentido del aprendizaje y crecimiento, sino que construyó el camino por el cual he trabajado a lo largo de estos años, ya que después de haber optado por la especialización en televisión durante los últimos semestres de la carrera, descubrí y me interesé por una vertiente de mi profesión que hasta entonces me era ajena y que despertó en mí un profundo interés.

Comencé haciendo síntesis informativa y terminé aportando un trabajo profesional y calificado que incluso me permitió asumir una posición más ejecutiva que operativa en un lapso relativamente corto, pues fueron sólo tres años.

Esa primera oportunidad me permitió descubrir y acercarme al mundo de la política y de los medios de comunicación desde un nivel privilegiado dada la influencia e importancia del Poder Legislativo en los años previos a la alternancia política que viviría nuestro país unos años después.

Capítulo II. Las grandes ligas: la oficina de Comunicación Social de la Presidencia

2.1 La campaña de Vicente Fox

A principios del año 2000 continuaba trabajando con los Senadores del PAN y atestiguando de manera más cercana que muchos otros mexicanos, la posibilidad real de un hecho insólito en México: el final de setenta años del Partido Revolucionario Institucional (PRI) en el poder. Aunque no estuve involucrada directamente en la campaña presidencial de Vicente Fox, la invitación que estaría por llegar abrió paso a una experiencia excepcional, sobre todo con una trayectoria laboral incipiente y con apenas 26 años de edad.

Si bien nunca he militado en la filas del PAN, había un sentimiento generalizado en todos los ciudadanos de que era necesario e inminente un cambio en la administración. Había la confianza en que estábamos muy cerca de lograr la alternancia.

Muchas de las personas que trabajábamos en aquel entonces para el PAN, ya sea en la dirigencia nacional o en el Congreso como era mi caso, e incluso en los estados, sentíamos un compromiso casi personal para que el cambio se hiciera realidad.

Por ello, cuando se nos planteó la solicitud de apoyar la campaña con horas de trabajo, lo hacíamos de manera desinteresada y por convicción, de ninguna manera por obligación.

Estábamos contagiados del entusiasmo de la campaña y veíamos con gran esperanza al candidato panista.

Fox tenía una personalidad que empataba mucho con los intereses del pueblo, el ranchero que todo el mundo veía casi como a un igual, aunque esa misma personalidad fue su talón de Aquiles durante todo el sexenio.

Manejaba un discurso de transparencia y cero corrupción, alejado de los tintes políticos aburridos y anquilosados que eran la moneda de cambio de los candidatos del PRI e incluso, del PRD.

La invitación para ayudar nos fue requerida los últimos meses de la campaña de Fox y aprovechando los perfiles profesionales de cada quien. Así fue que apoyé en el monitoreo de medios de comunicación porque la cobertura mediática fue impresionante. De esa manera, y aunque parezca inocente a tantos años en la distancia, creí en el cambio y me esforcé por lograrlo a través de mi trabajo.

Fueron horas de trabajo monitoreando a los medios, gestionando entrevistas entre periodistas y Senadores; buscando que las noticias fueran positivas no sólo para el grupo, sino para la propia campaña e incluso para el candidato, y todo ello porque creíamos en el cambio.

Muchas veces, las jornadas de trabajo rebasaban las 12 horas al día y quedaban aún muchos pendientes.

La campaña presidencial del año 2000 marcó una pauta en los medios de comunicación; una forma diferente de hacer las cosas y por consiguiente, un cambio paradigmático en la conciencia política nacional.

Todo el mundo estaba atento a lo que hacían los candidatos y ellos estaban de alguna manera sobreexposados a los medios y, por tanto, podían ser juzgados más por sus personalidades que por sus propuestas; más por la empatía que por la capacidad.

Era un juego peligroso, pero también necesario. Si un cambio se avecinaba éste debía empezar por la propia forma en que las elecciones y las campañas se estaban desarrollando. Era un juego de personalidades, también es cierto.

Llegó el 2 de julio del año 2000, el día de la elección. Me pidieron que asistiera a las oficinas del Comité Ejecutivo Nacional del PAN, en la colonia Del Valle, para ayudar con las labores de monitoreo de medios que requería la ocasión.

Éramos un ejército de personas y ahí nos encontramos los que trabajábamos con Diputados del PAN, con Senadores, y los que estaban en la dirigencia del partido. Ese día, “el día”, terminó ya entrada la madrugada y cuando se dieron a conocer los resultados preliminares, el escenario tornó en algo apoteótico. Muchísima gente salió a las calles haciendo sonar los cláxones de sus autos, gritando eufóricos por

lo que se apostaba sería “el cambio”. Con el presidente electo Vicente Fox I nos fuimos al Ángel de la Independencia a celebrar lo que era una inminente victoria.

2.2 Fox gana la Presidencia. Llega la oficina de transición.

Al consumarse la elección presidencial del 2000 y ganar el candidato del PAN, fueron necesarios muchos cambios. El cambio era la palabra clave de todo, ya que se requería muchísimo trabajo para lograr las transformaciones necesarias, pues éstas no iban a darse de facto.

Era el mes de agosto y se anunciaba la creación de una oficina de transición entre la administración saliente y entrante, que venía de un partido de oposición. El contexto en el que se creó y mi integración al equipo, fue el siguiente.

Cuando Fox ganó la elección, comenzaron a mencionarse los nombres de los candidatos para encabezar las distintas Instituciones y Secretarías del Estado. Para la Secretaría de Gobernación, sonaban muy fuertes los nombres de Santiago Creel y Rodolfo Elizondo, este último había sido operador político de la campaña.

Derivado de ello, se crearon coordinaciones temáticas que durante los tres meses de transición hicieron el enlace con las respectivas dependencias del gabinete saliente. Al frente de la Coordinación Política, de donde saldría el futuro Secretario de Gobernación, estuvieron Creel y Elizondo como la dupla que competía por el cargo.

Las instalaciones estaban a un lado del Hotel Presidente Intercontinental, en lo que antes era el Centro Cultural de Arte Contemporáneo en Polanco.

Elizondo empezó a operar entonces el área política del equipo de transición del nuevo gobierno panista y él invitó a trabajar a la que para entonces seguía siendo mi jefa, como encargada de comunicación social de su equipo. Ella aceptó y, poco tiempo después, de entre todo el equipo que colaboraba con ella en el Senado, me invitó a mí.

En ese momento se vivía un alud de cambios en el grupo parlamentario, pues muchos Senadores empezaron a ejercer como funcionarios dentro del nuevo gobierno. Y pues como todo los cambios, a pesar de ser positivos, siempre se genera incertidumbre y desequilibrio.

Mi jefa ya no estaba coordinando la oficina de comunicación de los senadores del PAN e incluso, con las elecciones del 2 de julio, el coordinador del grupo parlamentario ya había cambiado. Ahora era Diego Fernández de Cevallos el coordinador, pero aún no designaba a la persona que se haría cargo de la oficina de comunicación de la fracción.

A las tres semanas de haber tomado posesión del departamento de Comunicación Social del equipo de transición, mi jefa fue a las oficinas de la Torre Caballito a buscar algunos documentos.

En ese momento me dijo que necesitaba que la apoyara como su asistente de comunicación pues sabía que tenía capacidad para hacer el trabajo, que consistiría en atender reporteros, hacer comunicados, síntesis y monitoreo.

Todo lo que durante tres años había aprendido y realizado como parte de un equipo, ahora había que hacerlo con sólo otra persona.

No lo pensé mucho porque fue una invitación a unirme al equipo presidencial. De alguna manera yo ya había hecho todo lo que tenía que hacer con los Senadores y creí que no debía desperdiciar la oportunidad de un nuevo reto. Por eso nunca dudé en aceptar la propuesta de formar parte del equipo de comunicación de Rodolfo Elizondo, quien además de haber sido senador jugó un rol fundamental durante la campaña a la Presidencia de la República.

Durante los tres meses que trabajé en el equipo de transición, compartimos las instalaciones con el equipo de Santiago Creel. Ahí, mis labores eran muy similares a lo que hacía con los Senadores del PAN.

El equipo de transición trabajaba dividido en distintas coordinaciones; y cada una de ellas encabezada por dos prospectos para las diferentes Secretarías de Estado.

Para su funcionamiento, dichas oficinas recibieron apoyo de empresarios y gente comprometida desde la campaña, puesto que el presupuesto era muy limitado.

Las instalaciones eran muy austeras, incluso los recursos estaban muy limitados: no había suficientes computadoras ni papel. En algunas ocasiones tuvimos, incluso, que poner de nuestra bolsa para solventar fotocopias o folders, etcétera.

Es interesante recordar que, obviamente, en el equipo de transición había un área administrativa que estaba a cargo de Lino Korrodi y Carlos Rojas, quienes asignaban recursos a cada una de las coordinaciones.

En las áreas de comunicación de Creel y Elizondo nos encargábamos de elaborar síntesis informativa, análisis de medios y documentos que eran necesarios para todo el equipo, pues debían estar actualizados sobre lo que los medios decían y esperaban del nuevo gobierno.

Además, manteníamos contacto permanente con los reporteros que buscaban a todas las personalidades que sonaban para ocupar los distintos cargos en la nueva administración.

Ya fuera que proporcionáramos información a algún reportero o bien que arregláramos un encuentro entre un columnista destacado y un posible candidato, siempre manteníamos un orden muy estricto en todo lo que hacíamos y sobre todo, transparencia, pues esa había sido una de las promesas de campaña.

Las directrices para hacer monitoreo y seguimiento eran básicas: se necesitaba saber qué se decía acerca de la coordinación política, y en mi caso lo que se decía en torno a Rodolfo Elizondo.

Cabe señalar que Martha Sahagún era la entonces directora de Comunicación Social del Equipo de Transición, coordinaba el trabajo de los comunicadores de todas las coordinaciones.

Un día normal de trabajo implicaba llegar a las 8:00 am, monitorear medios para que a las 9:30 am se diera un primer panorama sobre las principales noticias. Consultábamos los portales de información más destacados en México, que desde aquel entonces eran Reforma, El Universal, La Jornada, así como los comentarios editoriales de los líderes de opinión.

Es importante decir que después de reportar las actividades de Vicente Fox, los medios fijaban su atención en los coordinadores del área política, pues ambos eran firmes candidatos para ocupar el puesto más importante de todas las secretarías de Estado.

A los dos meses de trabajo, el nombre de Santiago Creel se proyectaba con mayor fuerza en los medios como el nuevo secretario de Gobernación. Si bien, Creel y Elizondo se manejaban con las mismas políticas de comunicación, es muy probable que hubiera filtraciones de alto nivel que apuntaban hacia Creel como quien ocuparía la Secretaría de Gobernación. Mi percepción, como la de muchos en aquel entonces, era que muy probablemente que Martha Sahagún inclinó la balanza a favor de Creel.

En este contexto, el manejo de la información “*off the record*” fue recurrente. Los coordinadores de Comunicación de cada área platicaban con columnistas o reporteros de amplia influencia con el objetivo de filtrar información que pudiera inclinar la balanza hacia su candidato. Se iban a comer o desayunar con ellos y les hacían ver que su coordinador de área era “el bueno”.

Un mes antes del nombramiento de los gabinetes legal y ampliado del nuevo gobierno, era claro que Creel sería el Secretario de Gobernación, lo que provocó cierta consternación pues Elizondo había estado más dedicado a la operación política con los distintos grupos sociales y, en nuestra percepción, Creel estuvo más enfocado a las relaciones públicas.

Al final del día, un rumor que corrió muy fuerte es que la formación de Elizondo como administrador de empresas no era lo que se necesitaba y que Creel, al ser abogado, encajaba mucho mejor para el puesto. Fox y su círculo más cercano tomaron la decisión. Cabe destacar que ese selecto grupo de personas estaba conformado por Martha Sahagún, Eduardo Sojo y Ramón Muñoz.

2.3 La Coordinación Presidencial para la Alianza Ciudadana

Al comienzo del sexenio, Vicente Fox estaba convencido de la necesidad de cambiar la forma de trabajo respecto de los anteriores gobiernos priístas. Quería tener un mayor contacto con la población y especialmente con sectores clave como los migrantes, indígenas y la sociedad civil organizada.

De esa manera, y por decreto presidencial, se reestructuró la oficina de la presidencia de la República. Se crearon varias oficinas presidenciales, entre las cuales había una de seguridad pública que encabezaba el fallecido Adolfo Aguilar Zinser, quien posteriormente se desempeñó como representante de México ante el Consejo de Seguridad de la ONU. Como un comentario al margen, debo destacar

que Aguilar Zínser fue un personaje que siempre me inspiró respeto; era un ejemplo de quien aprender por su congruencia. Nunca traicionó sus convicciones, lo que resulta nada fácil en el ambiente de la política.

Otra de las nuevas oficinas de la Presidencia fue la Coordinación Presidencial para la Alianza Ciudadana, que representaba el vínculo entre la Presidencia con las organizaciones de la sociedad civil (OSC's).

La razón de ser de esa estructura era mantener una relación cercana OSCs' y la Presidencia, pues lo que se pretendía era que las Organizaciones siguieran apoyando el proyecto del gobierno foxista mediante el trabajo articulado que respondiera a las necesidades de ambas partes.

A la labor de la Oficina Presidencial para la Alianza Ciudadana se le cuestionaba la similitud con lo que desde el Instituto para el Desarrollo Social (INDESOL), de la Secretaría de Desarrollo Social, se hacía. Sin embargo, la esencia del trabajo era muy diferente.

Al INDESOL llegaban las OSC's para pedir apoyo financiero a sus proyectos. El Centro Mexicano para la Filantropía, una de las organizaciones más consolidadas y que cuentan entre su consejo directivo a prominentes empresarios e industriales, presentaban sus proyectos de apoyo a comunidades y pedían recursos para realizarlos.

Por el contrario, en la Coordinación Presidencial para la Alianza Ciudadana no se otorgaban recursos financieros. La función principal era acercar a organizaciones

civiles con el Presidente; evaluar y gestionar sus propuestas ante el propio Jefe del Ejecutivo.

Mi labor en el área de Comunicación Social consistía en dar seguimiento a las noticias generadas por las organizadas del denominado Tercer Sector para ubicar su trabajo, además claro de monitorear y promover la labor realizada por la Alianza Ciudadana.

Redactaba comunicados de prensa, monitoreaba medios electrónicos, elaboraba síntesis informativa, además de atender a reporteros y sus solicitudes. Mi puesto era el de Subdirectora de Comunicación

En un día común llegaba muy temprano, alrededor de las 7:30 para hacer síntesis y monitoreo, sin embargo resultaba relativamente fácil por la infraestructura de la Coordinación General de Comunicación de la Presidencia, que nos brindaba apoyo con reportes de prensa, vía correo electrónico.

De esa manera, no perdía tanto tiempo revisando periódico por periódico para preparar la síntesis informativa, lo que permitía estudiar mucho más a fondo todo el papel de las organizaciones civiles y su importancia en la sociedad.

Algunas de las herramientas que nos dimos a la tarea de elaborar fue directorio de OSC's y una página en Internet que estrechaba el vínculo con las organizaciones, lo que posteriormente nos llevaría a hacer un censo, una especie de radiografía de la sociedad civil organizada en México.

Dicho censo incluía información acerca de cuántos miembros tenían, a qué se dedicaban, qué proyectos apoyaban, desde hace cuántos años existían. Datos elementales que en un primer filtro permitían diferenciar a las organizaciones con trabajo serio y responsable que de manera transparente proporcionaban esa información, de aquellas que parecían sólo una pantalla dada su renuencia a brindar información, a la carencia de objetivos claros y de resultados concretos.

En todo ese proceso de investigación y vinculación nos dábamos cuenta de que algunas organizaciones eran sólo simulaciones.

A raíz de ello, un gran objetivo fue impulsar la creación de la Ley de Fomento a las Organizaciones de la Sociedad Civil, que pretendía dar un marco legal sólido a la creación de OSC's.

De forma regular, se organizaban foros con institucionales especializadas de talla internacional como el Banco Mundial, con el que se realizó un taller para determinar los requisitos y las prácticas adecuadas que garantizaran un manejo responsable y transparente de los fondos que recibían.

En la Coordinación Presidencial para la Alianza Ciudadana manteníamos contacto directo con las OSC's y atendíamos sus peticiones. Por ejemplo, durante el primer año de mandato de Vicente Fox se apoyó de especial manera la creación del Premio Nacional al Voluntario, en reconocimiento a la labor de mexicanos destacados por su labor altruista.

A veces uno desconoce que en México hay gente que sin afán de lucro, ni por lucimiento personal buscan ayudar a los demás por el simple hecho de hacerlo, como el caso de una niña de secundaria que coordinaba a niños de su comunidad en proyectos de ecología, o un grupo de jóvenes comprometidos con el medio ambiente, o un empresario en Coahuila al que le va muy bien y construyó una escuela y un centro de salud para su comunidad. Por ello, muchas OSC's promueven el reconocimiento de dichas personas.

En aquel entonces, mi jefa y yo contribuimos mucho a la organización de dicho premio. El CEMEFI y las organizaciones que concentra tocaron la puerta de la oficina presidencial y plantearon la inquietud sobre crear un premio nacional al voluntario. El coordinador ofreció todo el apoyo y asignó el proyecto al área de comunicación, lo que implicó que me involucrara al cien por ciento.

Recuerdo que entonces por cuestiones del premio, me tocó ir a platicar con el secretario particular del director del canal 22 y le expliqué que el CEMEFI estaba pidiendo apoyo a la Coordinación para la creación del premio nacional del voluntario y que próximamente el Presidente Fox iba a lanzar un decreto para instaurarlo, por lo que buscábamos su apoyo, sobre todo en cuestiones mediáticas que era en lo que podíamos ayudar, y en la realización de un video, que por cierto se difundió a nivel nacional.

Yo fungí como enlace entre el CEMEFI y el Canal 22 para supervisar la elaboración de dicho video, lo que implicó dejar claros los objetivos del Premio y trabajar muy a fondo con los creativos.

La gente de Canal 22 entregó propuestas y pidió materiales, sobre todo testimoniales, lo que permitió exaltar las experiencias de personas que hacían trabajo voluntario.

Por otra parte, tuve que gestionar espacios en medios de comunicación con el apoyo de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, de la Secretaría de Gobernación, para lograr una mayor difusión del premio y ocupar los tiempos oficiales.

No obstante que hubiera un decreto presidencial y que las peticiones formales fueran tomadas por Elizondo, había que gestionar y negociar la transmisión de esos tiempos oficiales. Una gran ventaja es que, la mayor parte de la gente que estaba en las Secretarías de Estado y en oficinas oficiales de comunicación social, nos conocimos durante el periodo de transición o en las Cámaras de Senadores o Diputados, lo que facilitó el trabajo.

Para participar en el premio, CEMEFI y otras organizaciones lanzaron una convocatoria a nivel nacional y me tocó seguir muy de cerca el proceso de selección.

Las OSC's querían que el premio se entregara en la residencia oficial de Los Pinos, y si el Presidente estaba firmando un decreto para la creación del mismo, pues era muy seguro que se consiguiera la residencia oficial como sede de la premiación.

De nueva cuenta, mi labor fue gestionar y conseguir lo necesario para la ceremonia de premiación. Fue así que nos asignaron el salón Adolfo López Mateos, el más grande de la residencia oficial de Los Pinos, para hacer el evento.

Lo primero fue pedir al CEMEFI una lista de todas las OSC's que debían estar representadas, por las áreas que trabajan y por su presidente y director general, pues la ceremonia necesitaba tener una mayoría de invitados de organizaciones civiles.

Después, hice un trabajo mucho más especializado para determinar a qué columnistas, reporteros, articulistas y a qué medios especializados les interesaba cubrir ese evento. Giramos una invitación a las redacciones en general y, dado que asistía el Presidente, nos cubría la fuente de Presidencia, pero yo tenía que garantizar que fueran los medios especializados.

Me tuve que encargar de mandar invitaciones a todas las redacciones en general y verificar que el mensaje llegara a las personas correctas. Por ejemplo Lolita Ayala, que es una periodista que tiene ese sesgo en particular.

Ahí tuve que gestionar con Reforma, pues tenía un suplemento que se llamaba "Somos Hermanos", que le daba seguimiento a todas esas cuestiones de filantropía y sociedad civil, por ejemplo.

El premio tuvo varias categorías. El que más recuerdo fue el premio entregado a una niña de 15 años en Yucatán que educaba a niños más pequeños en cuestiones de ecología. Formó una especie de club de niños que se dedicaban a recoger basura y hacían brigadas de limpieza. La niña era bien reconocida en su estado natal.

Como anécdota personal recuerdo que en ese entonces una de las coordinadoras del evento fue María Eugenia España de Guajardo, esposa de Ricardo Guajardo Touché, quien fue presidente de grupo Bancomer. En un principio me pareció que eran un grupo de señoras bien que sólo se dedicaban a hacer beneficencia porque no tenían más que hacer, pero me dí cuenta que a veces criticamos sin saber, porque nuestros prejuicios pesan mucho.

Y los prejuicios siempre van en dos sentidos: a veces podríamos pensar que el que tiene mucho dinero tiene la vida muy fácil y se va a preocupar por otro tipo de cosas. Sin embargo, las señoras estaban haciendo una labor sumamente significativa y desinteresada.

Conseguían recursos para apoyar a las OSC's que les pidieran ayuda y lo hacían a través de la contactos y conocidos que tenían en su propio círculo. Muchas veces, con el peso de decir "Soy la Señora de..." podían abrir muchas puertas y lograr que las atendieran y escucharan para conseguir esos recursos. No habría que pensar que se trata de una labor frívola y mucho menos desdeñarlo.

Fue a partir de ese evento que logramos tener un acercamiento mucho más profundo con las OSC's, pues decidimos ir más allá del simple premio y los convencimos para impulsar la creación de la Ley de Fomento a las Organizaciones de la Sociedad Civil.

A partir de ahí, comenzamos una labor más cercana. Se organizaron una serie de foros e incluso una reunión cumbre con el Banco Mundial, pues pudimos

involucrarnos mucho más con su trabajo, lo que redundó en un reconocimiento del trabajo del coordinador Elizondo.

Una de las situaciones que atendimos de manera adicional al de las OSC's fue el caso de Chiapas. Durante el periodo en que Elizondo fue legislador formó parte de la conocida Comisión para la Concordia y Pacificación en Chiapas (COCOPA), que había nacido en respuesta a la situación detonada en dicha entidad a raíz del surgimiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en 1994. A principios del sexenio de Fox, el EZLN volvió a ser tema y hubo que participar en ello.

En aquel entonces, Elizondo estaba muy involucrado en la comunicación que mantenían el EZLN y el Presidente, y con la ayuda de personas como Florencio Salazar, un destacado colaborador, asesoraba y orientaba las decisiones del Presidente sobre la situación en Chiapas.

Fue entonces que Rubén Aguilar, quien más tarde fue vocero de la Presidencia, se incorporó a trabajar en la Oficina de Alianza Ciudadana con esos temas. Uno de los puntos que hacían que Aguilar fuera la persona indicada para hacer análisis de dicha situación fue que él participó en el Frente de Liberación Nacional en El Salvador. Se convirtió en asesor de Elizondo y en muchas ocasiones cuando Fox tenía que dar algún discurso o fijar una postura, muchas de las ideas que pronunciaba salían de la Coordinación de Alianza Ciudadana.

En esa etapa, mi labor consistió sobre todo en elaborar análisis de medios sobre la situación del Ejército Zapatista. Así entregaba reportes sobre lo que escribían

Granados Chapa, César Cansino, Enrique Krauze, Sarmiento, Ricardo Alemán, entre muchos otros articulistas, columnistas y líderes de opinión.

2.4 La oficina de Comunicación de la Presidencia

Estuve poco más de un año en la oficina de comunicación de la Coordinación Presidencial para la Alianza Ciudadana, pues fue cuando Fox se casó con Martha Sahagún, que en aquel entonces era la vocera de la Presidencia, Rodolfo Elizondo fue nombrado Coordinador General de Comunicación y Vocero Presidencial.

Es preciso señalar que por un periodo muy corto entre uno y otro, Francisco Ortiz estuvo a cargo de la oficina.

Elizondo fue nombrado vocero de la Presidencia entonces y todo el equipo que ya estábamos con él, nos fuimos a la Oficina de Comunicación Social de la Presidencia. Fue entonces que nos mudamos a Los Pinos y para todo el equipo fue como revivir, en el sentido político.

De hecho, el que las oficinas estuvieran en la residencia Miguel Alemán, ya dentro de Los Pinos, nos daba un enfoque diferente, incluso hasta el ambiente era totalmente distinto. Para mí, fue una experiencia única, pues todos los días me encontraba de frente con alguna personalidad.

Ahora Elizondo tenía otro juego, otras perspectivas, incluso nosotras mismas. A mi jefa le pareció pertinente hacer un equipo más grande, pues la oficina obviamente tenía una estructura mayor que la de Alianza Ciudadana. Fue entonces que Elizondo le asignó la Coordinación Intersecretarial, cuya principal labor fue coordinar las estrategias de comunicación de la Presidencia de la República con todas las oficinas de comunicación de los gabinetes legal y ampliado del gobierno federal.

El trabajo en esa coordinación fue muy interesante, porque debíamos trabajar para que toda estrategia de comunicación que se generaba y que se aplicaba en tiempos de Elizondo como vocero, permeara a todo el gobierno.

Entonces para organizar el trabajo y unificar los criterios y las estrategias hacíamos reuniones con todo el gabinete, social, político, económico, de seguridad.

Dentro de las rutinas del trabajo, cada lunes teníamos un posicionamiento sobre los temas que se vislumbraban como más importantes para la semana; entonces mandábamos un correo electrónico para decir que el posicionamiento de Presidencia sobre tal tema era tal y las líneas de comunicación eran tales.

Nuestro gran objetivo era alinear el mensaje del gobierno, lo cual resultaba complicado con un Presidente que se salía mucho del “guión”. Improvisaba demasiado: el acuerdo había sido uno y a la hora de las declaraciones decía otra cosa. A diferencia del gobierno de Calderón que se caracterizó por una posición más firme en cuestión de comunicación, con Fox era mucho más relajado.

Elizondo estaba muy consciente de la necesidad de coordinar a todas las oficinas de comunicación del Gobierno Federal; era un trabajo enorme no sólo en la cuestión operativa, sino también desde el punto de vista de la estrategia.

Si bien es cierto que al final del sexenio y al principio del periodo de Calderón Elizondo se convirtió en un político de bajo perfil, también lo es que tuvo una influencia política muy amplia.

Sus buenas relaciones con políticos de distintos partidos, empresarios, industriales, líderes sociales, le ayudaban a persuadir y “meter a la gente en cintura”, lo que sin duda lo daba resultados y lo colocaba como una persona de toda la confianza del Presidente.

2.5 La reestructuración de la Oficina de Comunicación Social de la Presidencia

Al entrar Elizondo a la oficina de comunicación social se reestructuró, y junto con las coordinaciones de medios nacionales y de medios de los Estados, se creó la coordinación Intersecretarial, donde trabajaba yo.

En esa área, nuestro trabajo era coordinar los diversos temas que surgían en Presidencia y unificar las posturas de todas las oficinas de comunicación social. Nuestra labor estaba muy coordinada con la agenda del Presidente y en esas circunstancias nosotros alineábamos los diversos mensajes de las oficinas.

Sin embargo, cuando había una coyuntura, debíamos expresar la postura de la Presidencia de forma inmediata a todas las oficinas y hacíamos que todos, en caso de ser necesario, dijeran lo mismo que el Presidente.

Si por alguna razón Presidencia no emitía ningún mensaje, avisábamos a todos cuál era la postura que mantenía el Presidente para que Secretarios y demás funcionarios tuvieran la misma opinión.

Era un largo trabajo de llamadas y correos electrónicos en donde expresábamos que la Presidencia teníamos una postura determinada, ya de ahí cada oficina desprendía sus posturas en particular.

Si era un tema de seguridad, se le mandaba al gabinete de orden y respeto: Secretaría de Gobernación, SEDENA, Secretaría de Marina, PGR, Secretaría de Seguridad Pública, etcétera. Si era un tema social, pues entonces los destinatarios eran la Secretaría de Salud, SEDESOL, SEMARNAT. A todo el gabinete legal y ampliado que compartía el tema, se le mandaban las directrices de comunicación para que los funcionarios tuvieran una línea clara en caso de ser objeto de una entrevista “de banqueteta”.

Otro de los trabajos importantes que realizamos fueron las estrategias de comunicación con motivo de los Informes de Gobierno. De hecho, específicamente empezó en el segundo informe de gobierno, cuando el Presidente Fox estaba muy bien posicionado tanto en la opinión pública como en el denominado “círculo rojo”, es decir, entre los líderes de opinión e intelectuales. Si bien le cuestionaban mucho

que no tuviera la mano dura que la gente esperaba contra los priístas, la opinión estaba a su favor.

Lo que nos tocó hacer desde la coordinación intersecretarial fue desde redactar mensajes hasta coordinar imagen.

En la coordinación hacíamos lo que llamábamos “mensajes paraguas”, que eran mensajes que tenían un concepto muy grande y que después cada dependencia formaba de acuerdo a sus propias necesidades.

Por ejemplo, en este sexenio, en cuestión de seguridad, se dice que hay una política frontal y una estrategia integral en contra de la delincuencia organizada. De ahí cada Secretaría desprende su postura particular.

Se le dice “paraguas” porque es el mensaje que “cobija” a todos los demás, es el mensaje del que se desprenden las particularidades para cada dependencia.

En el caso específico del 2º Informe de Gobierno, era el mensaje de ir por una Ley de Transparencia, combatir la corrupción, sobre todo con el caso del “pemexgate” que estaba muy fresco en la opinión pública.

Para ir articulando el mensaje, se sostenían reuniones de gabinete con los encargados de comunicación de cada dependencia, a fin de generar una lluvia de ideas. La estrategia central venía de Presidencia, pero siempre se les pedían sugerencias, focos rojos que detectaran, entre otras cosas.

Durante el segundo año de mandato, Fox tenía un apoyo importante de la opinión pública, por lo que fue bastante fácil conseguir voceros aliados para respaldar sus

decisiones más importantes. Los voceros aliados son aquellas voces calificadas como líderes empresariales, académicos, líderes religiosos de distintas inclinaciones a quienes se les proponía hablar a favor del gobierno federal.

Se les gestionaban entrevistas en medios de comunicación para que fueran entrevistados, ya fuera en programas importantes de televisión o radio, incluso en el periódico, todo con el objeto de que hablaran favorablemente del gobierno de Fox. Y la verdad es que en ese momento en particular, no hubo mayor problema, pues en cuanto hablábamos con esos líderes y les proponíamos la estrategia, todos apoyaban.

Había ciertos empresarios que por su alto nivel, era necesario que el propio vocero solicitara su apoyo. Se iba a comer con ellos para convencerlos de los resultados de gobierno. Les mostraba cifras de las acciones gubernamentales, por ejemplo de combate al narcotráfico, de reducción de la pobreza, pues ese fue uno de los grandes temas de Fox, ya que durante su mandato se redujo considerablemente el número de personas en pobreza extrema.

Todos esos primeros resultados mostraban que el gobierno federal iba avanzando bien y le ganaban adeptos al Presidente.

Podríamos decir que “los pesos pesados” eran tarea personal de Elizondo y él se encargaba de convencerlos y mostrar resultados. En el caso de las dependencias, nosotros llamábamos y preguntábamos quiénes eran los líderes y los empresarios que consideraban líderes de opinión y con quienes tenían una relación muy cercana para propiciar que hablaran bien del gobierno.

Se organizaba un “road show” alrededor de dos semanas previas al informe, que era un bombardeo en medios de Secretarios que expresaran sus opiniones ya con las líneas de comunicación que previamente habíamos acordado.

En la coordinación prácticamente traíamos “al aire” a los funcionarios y organizábamos quién visitaría a qué medio para hablar de qué tema. Al ser la oficina de comunicación de la Presidencia, la apertura de espacios estaba dada; era muy difícil, casi imposible que un medio negara una entrevista.

Con la coordinación de comunicación de cada Secretaría de Estado, coordinábamos las entrevistas y les avisábamos que, por ejemplo, su Secretario estaría con Oscar Mario Beteta o con Carmen Aristegui.

Ese trabajo lo podían hacer los voceros de cada dependencia, pero la intención de hacerlo desde la oficina de Los Pinos era evitar una guerra de egos entre los propios Secretarios y hacer lo que le sirviera más a la estrategia del Presidente. Ya fuera antes o después del Informe.

Por otra parte, cada dependencia tenía trabajo con su fuente, les daban información de acuerdo a lo que les requerían, pero nosotros, desde la coordinación les dictábamos ciertas líneas de comunicación para que los reporteros fueran publicando lo que correspondía a nuestra estrategia.

Por ejemplo, ese tipo de reportajes amplios a doble página que aparecen en medios antes del informe presidencial. Si se trata de un medio más imparcial, se esfuerzan por poner otro tipo de cosas más allá de la información que les proporcionamos. En

algunas ocasiones, ya de plano se pagaban los encartes con todos los logros de gobierno.

Con nuestra propia fuente, trabajábamos dándoles adelantos de lo que vendría en el Informe, si es que eso era posible. O en todo caso, acercar a nuestra fuente con los funcionarios que pudieran difundir el mensaje de Presidencia. No necesariamente a los Secretarios, sino a todos aquellos funcionarios que dependían directamente de la oficina de Presidencia, por ejemplo aquellos que trataban asuntos sobre la migración o sobre seguridad.

Adolfo Aguilar, quien estaba al frente de la Coordinación de Presidencia para Seguridad, siempre tuvo mucho cartel frente a los medios; había mucho interés para hablar con él, sobre todo cuando fue representante de México ante la ONU durante el periodo en que México presidió el Consejo de Seguridad. Si bien él tenía su propia oficina, nosotros como Comunicación de Presidencia tratábamos de gestionar su presencia en medios.

Dentro de las actividades que hacíamos en la coordinación intersecretarial, se encontraba una gaceta de difusión de logros de gobierno; salía mensualmente con un tiraje muy alto. Esa gaceta se las enviábamos a todos los líderes de opinión con los que teníamos contacto, a los medios de comunicación, a OSC's entre muchos otros.

Era un cuadernillo de muy buena calidad que permitía la difusión de actividades específicas del Presidente, como lo eran los informes de gobierno o anuncios

especiales. Nosotros colaborábamos en los contenidos, sobre todo en la redacción de artículos importantes.

En lo que a mí respecta, una de mis funciones era proveer de información a la fuente. Desde luego, existía un departamento que se encargaba de tal función, sin embargo en el día a día yo recibía muchas llamadas de reporteros. Y la razón era que, al trabajar en otras oficinas de comunicación, ya había logrado cierta confianza y comunicación entre los reporteros, quienes trataban de hacerse un espacio destacado en la fuente de Presidencia.

Si alguien no les había dado la información que requerían me buscaban. Incluso, muchas de las entrevistas del Presidente, las canalizaban a nuestro departamento.

Un día normal en la oficina de Coordinación Intersecretarial era llegar a la junta con el vocero y los coordinadores de cada departamento para una reunión de semáforo, es decir, el panorama noticioso del día con la respectiva evaluación de información positiva, negativa y neutra y las respectivas estrategias de comunicación a seguir para cada caso.

El área de información y monitoreo preparaba una síntesis especial para los presentes en la junta de semáforo, que en su conjunto no eran más de 4 cuartillas.

La síntesis era acompañada de una exposición de la coordinadora donde advertía lo que decían articulistas y columnistas sobre la Presidencia y el gobierno; explicaba cuáles eran nuestros focos rojos y cuáles las ventanas de oportunidad para que las oficinas pertinentes proporcionaran más información a los medios.

Para las 8:00 am ya sabíamos en términos de medios dónde estábamos parados, eso si no había un tema coyuntural (por ejemplo, el informe, la aprobación del presupuesto, etcétera).

Después atendíamos las llamadas de los voceros de las dependencias en donde nos solicitaban apoyo porque a su Secretario lo estaban tratando mal en algún medio; o bien nos consultaban sobre la postura que debía tener un funcionario respecto de un tema que fuera más delicado.

Cada que iniciaba una semana, empezábamos a preparar la agenda del Presidente de la siguiente semana, es decir la información que debíamos compartir con los medios y las dependencias estatales. La agenda, como tal, la definía una oficina que era parte de la secretaría particular del Presidente.

Cada que ese departamento tenía un esbozo de agenda, hacíamos reuniones y discutíamos los temas a tratar para la siguiente semana. Y nosotros, como oficina de comunicación, conocíamos las necesidades de los reporteros y facilitábamos el acceso a la información.

Con ello, adquiríamos una relación más profesional con la prensa. No les dábamos únicamente el comunicado, sino toda la información que estaba a nuestro alcance para que tuvieran una visión mucho más completa de lo relacionado con la Presidencia.

Por ejemplo, si el Presidente iba a Campeche a inaugurar un Hospital, la oficina de agenda le organizaba muchas actividades. Inauguraba una escuela y felicitaba a

una persona por ser el número 10 mil del seguro popular, o bien, visitaba un centro comunitario etcétera.

Nuestro departamento entonces hablaba con las diferentes coordinaciones y dependencias para pedirles información sobre lo que haría el Presidente y así darles fichas informativas a los reporteros.

Un poco para que tuvieran desde antes el contexto de las actividades del Presidente, pero también para resolver los conflictos de información de los reporteros durante el fin de semana. Muchos de ellos utilizaban esas fichas informativas para hacer un par de notas para el fin de semana.

Hay muchos reporteros que no necesariamente son los más profesionales y esa información les servía bastante. No eran pocos los comentarios de esos reporteros que decían que les resolvíamos buena parte de su trabajo. Por ellos, nos granjeábamos en términos profesionales una relación distinta y más cercana con la prensa.

A nosotros nos convenía que la prensa divulgara; si de repente por flojera no investigaban adecuadamente, nosotros les dábamos la información en la mano, que cumpliera con requisitos de importancia y buena redacción. Por ello, a veces encontrábamos la nota completa el domingo.

La sala de prensa se encargaba de elaborar los boletines que se entregaban a los medios de comunicación, sin embargo, si se trataba de un tema muy delicado, nosotros metíamos mano. Sobre todo si estábamos tan involucrados en las

reuniones de discusión de esos temas, teníamos un panorama mucho más amplio que el de la sala de prensa, que sólo escuchaba el discurso.

En una semana normal, yo también me encargaba de elaborar la cápsula que grababa el Presidente para los mexicanos en el exterior. Salía por la cadena de Radio Única. Grabábamos todos los miércoles, antes o después del “Fox en vivo...”

Yo redactaba esa cápsula sobre temas de interés para la comunidad de mexicanos en el exterior, como lo era el de la matrícula consular, por ejemplo. Siempre consultábamos a Elizondo y le mostrábamos una serie de temas sobre los que se podía hablar y él era quien decidía.

Ya sobre ese tema, redactaba el mensaje. Una vez terminado, se lo pasaba para que me diera el visto bueno, aunque a veces no daba tiempo. Con el transcurrir de las cápsulas y porque le gustaba lo que escribía, me tenía confianza y me pedía que le llevara directo el texto al Presidente.

Entonces era estar cazando al Presidente cuando iba caminando hacia el estudio de grabación y ahí iba yo rápido con el mensaje. Él no lo veía antes para ver si estaba de acuerdo o no, simplemente se sentaba a grabar. Antes de iniciar le explicaba que venía de la oficina a entregarle el texto de la cápsula. Y siempre me saludaba con ese tono particular: “¡Quihúbole!, ¿cómo estás?” Y preguntaba “A ver, ¿qué les voy a decir hoy?” Entonces, respondía “Sobre la matrícula consular, señor Presidente” y respondía muy animoso “Ah, está padre”.

Si alguien lo estaba interrumpiendo, pedía que guardaran silencio para que yo pudiera explicar el contenido de la cápsula. Le comentaba lo más importante de la cápsula, los números que giraban alrededor y el por qué de su importancia.

Me gustaba mucho hacer ese trabajo porque en muchas ocasiones nadie me corregía y tal cual la escribía, la leía el Presidente. Si bien la grabación de la cápsula no duraba más de tres minutos, siempre me quedaba a observar la realización del programa, escuchando entrevistas con funcionarios y demás materiales que le preparaban.

2.6 La apertura con los medios

Con el inicio del sexenio de Fox, la relación entre la Presidencia y los medios cambió. Fue mucho más cercana, más clara y más libre. Esto influyó determinadamente en la opinión de los medios, pues al Presidente lo trataron como quisieron, sobre todo en la recta final.

Desde tiempos de Zedillo había críticas y cartones políticos, estos últimos con una gran tradición de crítica en nuestro país. Pero no era el meterse tanto a la vida privada o criticar algo de su vida pública, pero denostando. Eso no sucedía tanto.

Con Fox, el cambio fue muy evidente. La intención era ser más profesionales, decir adiós al “chayote” o al sobre que se entregaba a los reporteros. Con la apertura, se les dio rienda suelta a los medios para criticarlo y decir lo que quisieran.

Una de los ajustes que hizo Elizondo fue negociar con los medios de comunicación la difusión del Gobierno federal, pero en paquete. Antes, cada una de las instancias de gobierno negociaba sus propios espacios y asignaba un presupuesto para tal efecto. Así, la Secretaría de Salud, por ejemplo, hacía lo propio, independiente a lo que negociara la SEP, etcétera.

Elizondo lo que logró fue negociar los espacios de todas las dependencias durante un año. Así, podía tener un mayor control sobre los ingresos y, en ocasiones, sobre lo que se decía del Gobierno.

Muchas publicaciones vivían exclusivamente de lo que les pagaba el Estado y, a pesar de todo, la libertad para hablar de los temas que fueran era amplia. Sin embargo, resultaba un tanto ilógico que, a pesar de dicha situación, algunos medios atacaran con pasión al Presidente y al Gobierno. En esos casos, Elizondo, muy a su estilo, preguntaba por qué.

Lo que puedo asegurar es que, no obstante la relación de los medios con Fox, jamás vi que se censurara a medio alguno o que Elizondo regañara a algún editor. Constantemente repetía que había democracia y libertad de expresión y que sabía lo que ello implicaba. Lo que hacía era llamarlos o salir a comer con ellos y en tono más informal, preguntaba el por qué de los cuestionamientos: “¡Quihúbole Joaquín!, oye no me chingues, me estás dejando mal parado al Presidente...”, le escuché decir.

Sí hubo una intención muy clara y un esfuerzo bastante grande de la administración foxista para hacer las cosas diferentes en materia de comunicación; más

transparente y profesional. Pero con el paso de los años, desafortunadamente las cosas fueron cambiando.

2.7 La salida de Comunicación y la llegada a la Coordinación de Políticas Públicas

En la coordinación intersecretarial estuve hasta octubre de 2003. El Presidente estuvo haciendo movimientos y Elizondo se fue a la Secretaría de Turismo. Fue la época en la que llegó Rubén Aguilar, quien de nueva cuenta hizo muchos cambios en Comunicación Social.

Yo seguía bajo las órdenes de quien seguía siendo mi jefe desde la época del Senado, con una relación laboral cercana a los seis años, por lo que ya quería buscar nuevos aires. Pensaba que quería intentar nuevas maneras de trabajar. Ella me ofreció la dirección de comunicación en la Secretaría de Turismo pero mis expectativas eran otras. Quería seguir en Presidencia.

Durante todo 2002 que fue el tiempo que estuve en comunicación de Presidencia, interactuaba mucho con otras áreas de Los Pinos, entre ellas la oficina de Eduardo Sojo, que era la Coordinación de Políticas Públicas; y específicamente con uno de sus asesores, quien a la postre se convertiría en su coordinador de asesores desde octubre de 2003

Cuando ya era inminente la designación de Elizondo como Turismo, Eduardo Sojo, el jefe de la oficina de la Presidencia para las Políticas Públicas, decidió ajustar su

equipo y reestructurar su coordinación de asesores. El destacado economista a quien delegó esa responsabilidad fue quien me invitó a trabajar con él.

Entonces dí las gracias a mi jefa por seis años y empecé una nueva etapa. Sentía que, profesionalmente tenía que crecer más. Además, la posibilidad de permanecer en Los Pinos me pareció mucho más atractiva.

En esa nueva labor propuse formas de trabajo y planes de comunicación, pues en cierta medida, no había formas de trabajo definidas ni productos de comunicación concretos; así, les presenté análisis, líneas de comunicación, formas de síntesis, etcétera.

El puesto que ocupé fue Directora de Gabinete Social, que en términos de salario era mucho mejor que lo que tenía y en funciones representaba un área de oportunidad para desarrollarme profesionalmente.

Lo que hacíamos en la oficina de Políticas Públicas era atender las peticiones de información directas del Presidente. Para Fox, Sojo era su asesor, su consultor de los números y las cifras. Por ejemplo, el Presidente pedía que le entregara datos de cómo había disminuido la pobreza. La encuesta del INEGI había arrojado que los pobres habían disminuido, pero decía el Presidente que quería saber que dichos datos que representaban en cuánta gente tenía más lavadoras, cuántas personas más tenían un refrigerador o piso firme en sus viviendas.

Por ello, Sojo pensó en reunir a su coordinación de asesores, porque él traía sus temas cotidianos, sus formas de trabajo; pero la agenda de difusión de logros no le

permitía estar al pendiente sólo en de su agenda personal. Por ello, se reunió a un equipo muy grande, casi 80 personas, que nos encargábamos de analizar y difundir todas las políticas públicas del Presidente.

Como ya había comentado, atendíamos las peticiones de Fox en materia de información, pero también las del propio Doctor Sojo y con base en ello, preparábamos sus presentaciones.

Para todo nos pedían datos duros y estadísticas. Parte de ese trabajo se vio reflejado en un programa de difusión llamado “Cómo vamos a mitad del camino” que se hizo justo a la mitad del gobierno foxista.

La visión de Sojo era que no hay política pública que funcione si no tiene continuidad: Si queremos reinventar cada seis años, nunca va a pasar nada bueno para el país. Por ello, su misión era que todos los programas de gobierno en el sentido social, tuvieran continuidad.

Decía que teníamos que inventar cosas novedosas que funcionaran, pero que teníamos que rescatar aquello que había funcionado. Un ejemplo, fue “Progresas” que después se convirtió en “Oportunidades”.

El Doctor Sojo participaba directamente en la implementación de todas las políticas públicas del Gobierno. Él tenía relación para estructurar muchos proyectos con los propios Secretarios de Estado. Por ejemplo, “Las metas del Milenio”, que eran un proyecto de la ONU que se organizó durante esas cumbres internacionales, que

proponía una serie de compromisos muy claros y sencillos que los países debían lograr para garantizar un mejor nivel de vida a sus pobladores.

Eran 10 metas a lograr y se incluían objetivos como lograr la equidad de género; erradicar la pobreza y el hambre, garantizar la sustentabilidad del medio ambiente, etcétera. Entonces desde la oficina de Sojo monitoreábamos que todo el gobierno federal cumpliera con esos compromisos.

Lo que hacía esa oficina de políticas públicas no sólo era dar seguimiento a programas del gobierno, sino planteaba reestructuraciones de planes o coordinaba la aplicación de éstos.

Por ejemplo, un proyecto importante fue e-México, que fue un programa orientado a minimizar cerrar la brecha digital y acercar las tecnologías de información y comunicación a los niños en sus escuelas. Sojo era quien coordinaba ese proyecto, reunía a todos los Secretarios involucrados y les informaba sobre lo que el Presidente quería.

En dichas reuniones con los Secretarios no sólo se implementaban las políticas públicas, sino también se diseñaban. Por tal motivo, había muchas oficinas y direcciones a cargo de Sojo.

Nosotros éramos la coordinación de asesores y nos tenía para proveerle de información en sus eventos y apariciones públicas, para atender las peticiones del Presidente y para dar seguimiento a los programas que se echaban a andar.

Por ejemplo, regreso al programa “Oportunidades”. Nosotros estábamos muy enterados de todos los ajustes dicho programa: cuáles eran sus principales logros, cuántas personas se afiliaron, cuáles eran los recursos asignados, etcétera. Cuando el Presidente quería eso, nosotros debíamos tenerlos.

Cada viernes hacíamos un corte para ver cómo iban todas esas políticas. En mi caso, me encargaba de lo social, otra chica de seguridad y un chico más del asunto económico. En esas juntas, compartíamos información y revisábamos nuestros datos, pues las peticiones de información de Fox eran diarias.

Un día nos pedía datos sobre el programa Enciclomedia, cuántas aulas la tenían y qué beneficios representaba o bien, nos preguntaba cuántas personas estaban en el programa “Oportunidades” en Coahuila. Por ello, debíamos tener esos números muy a la mano y sobre todo, correctos. Esa información siempre se la solicitábamos a las dependencias encargadas.

Además, cada que el Presidente salía de gira, le preparábamos un cuadernillo con todas las cifras relativas a políticas públicas y con los logros que habíamos alcanzado.

Al ser la oficina del Doctor Sojo la representación directa del Presidente en cuestión de políticas públicas, tenía todo el peso del mundo. Ahí se gestionaban y aplicaban esas políticas y se encargaban de coordinar las acciones con las Secretarías o con los personajes involucrados.

Durante la recta final del sexenio, hubo algunos problemas internos referentes a las giras internacionales del Presidente, por lo que Sojo atrajo la logística de tales presentaciones, sobre todo por los temas. Y entonces también empezamos a trabajar los temas de política internacional.

A pesar de que la Secretaría de Relaciones Exteriores era la encargada de dichos asuntos, el Presidente quería que el tema se tratara de una manera particular, por lo que Sojo era el encargado de coordinar los designios de Fox.

2.8 Fox y la imagen ante los medios

La relación entre los medios y Vicente Fox se fue modificando drásticamente a lo largo del sexenio. En un principio, tenía a toda la opinión pública a favor y gozaba de una aceptación popular muy amplia. Sin embargo, al término del sexenio, ciertamente había desencanto que se manifestaba en duras críticas a la figura presidencial.

En ese sentido, como asesores de la Presidencia, empezábamos a sentir que nuestro trabajo perdía lógica. Éramos muy escrupulosos para trabajar: siempre le entregábamos tarjetas, presentaciones, datos duros que venían de las Secretarías. Pero Fox a veces lo decía fuera de contexto.

El último año ya no sabíamos que hacer pues sus declaraciones cada vez eran más pintorescas y sólo terminábamos por reírnos. Leíamos los medios y la gente que sabe que éramos asesores nos reclamaba que no ayudábamos al Presidente o que no le dábamos información oportuna.

Eso no era cierto, había un equipo muy grande detrás que trabajaba exclusivamente para proporcionar información al Presidente, mucha gente muy calificada que preparaba documentos muy serios o advirtiéndole sobre los focos rojos o diciéndole que tenía que decir, estaba detrás de Fox.

Por ejemplo, durante una gira de trabajo por estados del Sureste, le habíamos pasado datos relevantes de las encuestas del INEGI sobre cuántas personas ya tenían lavadora o pisos firmes y lo que eso representaba en cuestión de combate a la pobreza, la forma en la que su gobierno había logrado una mejora en el poder adquisitivo de las familias para que pudieran obtener ese tipo de satisfactores. Y ese día, durante el curso, se puso a dialogar con una señora y le dijo que “ya tenían lavadoras eléctricas para que no hubiera lavadora de dos patas”.

En cuanto dijo eso, todos en la oficina sabíamos que teníamos que decir adiós a la nota positiva y que iban a llover comentarios en cuanto a la actitud misógina del Presidente. Y eso repercutía en los medios, en que si de por sí ya no había una relación tan cordial, las críticas llovían para nosotros como asesores. Había una percepción de que el Presidente no era asesorado correctamente, pero eran situaciones que salían de control.

2.9 El libro sobre políticas públicas

Hacia la recta final del sexenio de Fox, Eduardo Sojo decidió que era momento de dejar un registro de cómo encontramos la Oficina de Políticas Públicas de la

Presidencia, qué decidimos hacer y qué resultados obtuvimos. Para tal efecto consideró que el mejor canal era escribir un libro que reflejara todo ese camino.

El equipo de asesores le ayudamos a compilar la información que las demás dependencias enviaban. Y si bien en algún momento nosotros escribimos ciertas partes del libro, fue Sojo quien lo delineó de principio a fin. Siempre nos decía que tipo de gráficas utilizar, si era necesario utilizar contrastes; o bien cómo tratar la información. Ese libro fue publicado por el Fondo de Cultura Económica.

Fue un trabajo muy interesante porque nos encargamos de elaborar diagnósticos. Y gran parte de ese trabajo lo orientó el economista y profesor de instituciones como la UNAM o el ITAM Enrique Dávila, quien desafortunadamente murió en 2006.

Dávila fue un economista formado en la UNAM de mucho prestigio y quien asesoraba a destacados funcionarios, como Santiago Levy por citar sólo un ejemplo.

La intención del Doctor Sojo con ese libro sobre las políticas públicas en el gobierno de Vicente Fox, más que simplemente exponer la situación de la oficina, fue dotarlo de un carácter mucho más riguroso y científico, es decir explicarlo desde el lado de la academia.

La publicación puede ser todo lo criticable que se desee, pues a final de cuentas fue un libro en pro del gobierno de Vicente Fox, pero es parte también del trabajo que implica hacer comunicación social.

Puedo decir que hicimos un trabajo objetivo, en el que obviamente destacamos lo que considerábamos más importante; por tanto, me permito pensar que cualquier otro tipo de publicación le corresponde hacerlo a otro sector de la sociedad. Son herramientas con las que contábamos para difundir los logros de la oficina.

Cuando terminamos el libro y se mandó a imprimir, tuvo un éxito muy grande y prácticamente de todo el país llamaban al Dr. Sojo para que fuera a presentarlo. Y aunque las presentaciones del libro de Sojo eran muy parecidas a lo que hicimos en la campaña “A dónde vamos a mitad del camino”, no importaba pues era parte de una estrategia integral para difundir los logros del gobierno foxista.

Poco después, hicimos otro libro que se llamó “Las historias de éxito del gobierno del cambio” y hablaba sobre casos muy específicos en los que las políticas públicas habían traído beneficios a personas y se reflejaban como historias de vida.

El final del sexenio prácticamente se fue en la difusión de logros y en la atención de las peticiones del Presidente. La labor era ardua pues la demanda por presentar los libros del Doctor Sojo era muy alta.

Al final del sexenio hicimos una campaña que se llamada “El legado del Presidente Fox”, que eran las mismas publicaciones sobre políticas públicas pero donde se cerraban cifras. Prácticamente hasta finales del 2006 esa fue mi tarea.

Capítulo III: La oficina de asesores de la Secretaría de Economía.

3.1 La llegada al equipo de Asesores

Salí de la Presidencia de la República en diciembre de 2006, cuando Felipe Calderón ganó las elecciones. Tomó protesta como Presidente en los primeros días de diciembre. En esas fechas estábamos haciendo las entregas formales que a todos los funcionarios de cierto nivel les corresponde realizar sobre las actividades desempeñadas.

En mi caso, no me tocó hacerla, pues yo tenía sólo una dirección de área, pero sí estaba a cargo de la de mi jefe, y eso incluía revisar con el Órgano Interno de Control de la Secretaría de la Función Pública, los archivos que se quedaban como parte de la institución.

En la Coordinación de Asesores generamos muchos productos de difusión de logros, por lo que era dejar un cierto inventario de lo que existía en los libreros de las oficinas; digamos que los últimos 15 días fueron dedicarnos a eso, vaciar nuestras computadoras.

La idea era dejar ordenado para facilitar la transición con quienes llegaban, que fue en la misma semana que el presidente Calderón tomó posesión del cargo. Muchas de las actividades de ese día fueron dedicarnos durante un par de días a enseñarle

a la gente, a orientar en cuanto a quién estaba haciendo qué cosa para que ellos tomaran las riendas de la dinámica día a día.

En diciembre mi jefe, el hasta entonces Coordinador de Asesores se fue a la Secretaría de Economía con Eduardo Sojo. Él había apoyado a Sojo con la campaña presidencial de Felipe Calderón en la recta final. Cuando el presidente Calderón ganó, al Doctor Sojo lo invitaron a encabezar la Secretaría de Economía y de ésta manera, invita a su colaborador a irse a trabajar en otra dependencia.

Lo anterior permitió que, a su vez, yo fuera invitada a integrarme en la Coordinación de Asesores del recién nombrado Secretario de Economía, pero ahora en el área de Discursos.

El primero de enero de 2007 llegué a la oficina de discursos de la Secretaría de Economía para complementar a un equipo de tres personas.

Nuestra dinámica era conocer con anticipación, por lo menos el viernes antes, la proyección de agenda de la siguiente semana. Siempre nos incluían en todas esas reuniones de agenda del Secretario para tener una idea más o menos de donde iba a estar y qué iba a hacer.

Había eventos muy programados, a los que un Secretario de Economía independientemente de quien sea no puede dejar de ir: la reunión con la industria automotriz cada año; o bien cada año las cámaras tienen sus aniversarios o reuniones anuales; esas reuniones son un calendario muy fijo a las que no pueden

faltar los Secretarios de Economía; las reuniones con empresarios sociales, el Foro de los pequeños empresarios, etc.

Por otra parte, había otro tipo de eventos a los que invitaban por coyuntura o porque Sojo por ser el nuevo titular, tenía sus relaciones y por eso lo invitaban.

En las reuniones de coordinación de agenda, nos enterábamos de los eventos que se agendaban y pedíamos una reunión breve con el Secretario para hablar del mensaje que le interesaba pronuncia.

Obviamente, eso dependía mucho del trabajo interno que estuviera haciendo la Secretaría, de los objetivos que se hubieran trazado. Cuando recién empezamos, un gran objetivo era crear un organismo nuevo que apoyara a las PyMES para darles un gran impulso; pues el Presidente llegó con esa propuesta, con el lema de campaña “el presidente del empleo” y era prioridad de su gobierno.

Nuestra encomienda principal era promover el empleo, por lo que se pretendió redimensionar el asunto a esos objetivos estratégicos de la Secretaría. Nuestra labor redactando los discursos de Sojo era doblemente importante, no sólo era fijar la postura de la Secretaría sino también para convertir las promesas de campaña en una realidad.

Teníamos reuniones breves con el Secretario Sojo para ver qué y en qué términos deberíamos proceder con los discursos. A su vez, el coordinador de asesores, quien estaba en las reuniones con los Secretarios y Subsecretarios nos indicaba qué ideas destacar.

En estas reuniones el Secretario nos decía: “me interesa subir un tema determinado, háganme una propuesta”, acto seguido las tres personas encargadas de los discursos nos reuníamos y analizábamos los eventos y presentaciones que tendría Sojo en esa semana y los temas de la agenda para repartirnos el trabajo de acuerdo a los temas que con anterioridad estuviéramos trabajando.

La primera semana comenzamos el año muy intensamente por dos motivos: iniciaba el Gobierno de Calderón y porque iniciaba el problema con el aumento al precio de la tortilla; subieron los precios del maíz y se desató una movilidad a nivel internacional por el precio de los hidrocarburos.

El precio del maíz se disparó y el de la tortilla también y esa fue nuestra bienvenida a la Secretaría de Economía. Por un lado, había que orientar los discursos a los temas que el Secretario quería posicionar y por otro delinear una postura en torno a la coyuntura.

Regularmente había cinco eventos por semana que requerían la presencia del Secretario, uno a diario. Nuestro equipo en discursos de la mano con los de comunicación, pugnábamos mucho por no tener presencia en todas las invitaciones que se le hacían al Secretario. Lo importante era ir con un mensaje en todas, construir un discurso coherente en conjunto con sus apariciones públicas.

Sin embargo, por más asesor que uno sea, al final la decisión la tenía el propio Secretario. Si la coyuntura lo ameritaba entonces sí salíamos con un solo mensaje, porque la experiencia indicaba que ese tema era el único que los medios de comunicación iban a preguntar. Sin embargo, era común que de repente el

Secretario hiciera declaraciones que lo metieran a otras agendas. Nuestra labor consistía en decir “hay que ordenarnos, hay que hablar de un solo tema”.

3.2 Las expectativas de los discursos

Las reuniones de Coordinación de agenda se programaban todos los lunes, sujetos a la agenda del Coordinador de Asesores, dichas reuniones incluían al departamento de comunicación. Primero teníamos esa reunión y posteriormente, sólo el área de discursos trabajábamos con el Secretario.

En esas reuniones previas a la entrevista con el Secretario, estaba siempre un representante de cada área estratégica de la Secretaría: la gente de discursos, de comunicación, de giras, de agenda y el coordinador de asesores SI en la semana había un evento clave que involucrara el quehacer de alguna subsecretaría, se invitaba al titular o a su coordinador de asesores.

En esas reuniones, el área de comunicación se encargaba de decirnos cuáles eran los focos rojos en cuanto a medios para cuidar el discurso. También en esas pláticas tomábamos nota de cómo había que abordar los temas para presentarle una primera propuesta de discurso al Secretario.

Si era una reunión con alguna cámara de empresarios y había temas álgidos (o aunque no los hubiera) siempre le explicábamos al Secretario cuáles eran los puntos más importantes de su presencia y los acuerdos a los que se quería llegar con la misma.

Por lo general, hablábamos con todos los organizadores de los eventos. Por ejemplo, si era con la industria automotriz hablamos a la cámara de la industria automotriz; si era con un grupo industrial contactábamos a su respectiva cámara de representación. Nos presentábamos como el área de discursos del Secretario de Economía y explicábamos que lo que nos interesaba saber era qué esperaban de la participación del Secretario.

Es común que los funcionarios hablen sobre un tema y la gente tenga expectativa sobre otro. Nuestro trabajo era responder a las expectativas de quien invitaba al Secretario al evento, investigar los temas principales de la agenda y hacerlos corresponder en sus discursos.

Siempre procurábamos negociar con los organizadores de los eventos para que, al mismo tiempo que se trataran los temas de su agenda, el Secretario pudiera exponer los suyos. Era dialogar y explicar que a Sojo le interesaba hablar de este tema en particular porque era un eje de la política económica del presidente Calderón.

Eduardo Sojo era un Secretario y una persona muy disciplinada. Aunque en muchas ocasiones no teníamos oportunidad de una revisión final del documento con él, era lo suficientemente ordenado para que le enviáramos los discursos por correo electrónico o impresos y en los trayectos de un lugar a otro revisaba todo a detalle y nos mandaba cambios.

Era común que nos dijera “oigan esta cifra no me cuadra, por qué el presidente utilizo otra”; entonces revisábamos con los coordinadores de cada subsecretaría para constatar datos y cifras para corregir el discurso.

3.3 El proceso de elaboración de discursos y las negociaciones con Presidencia

El proceso para escribir un discurso siempre tenía dos perspectivas: el que invita quiere hablar de ciertos temas y la posición del Secretario era incluir sus temas en la agenda. Pero independientemente de la coyuntura, de los temas principales, hay asuntos muy específicos que la Secretaría de Economía tenía que decir como institución a esa cámara en específico.

Entonces por cámaras o por temas, la subsecretaría dividía o canalizaba sus asuntos en las subsecretarías correspondientes; con esto me refiero a que si estamos hablando de la industria automotriz íbamos con la subsecretaría de ese sector.

Dependiendo de cada tema, informábamos a las coordinaciones que el Secretario participaría en determinado evento para que nos enviaran una propuesta de discurso; ellos nos preparaban una propuesta y nosotros teníamos que convertirla en algo sólido.

Muchas veces sólo retomábamos los datos duros porque la propuesta no era el estilo del Secretario y nosotros ya teníamos toda la perspectiva completa de lo que

quería decir. Otras veces generaban discursos ya bien preparados y sobre eso le dábamos estilo, aunque esto sucedía muy pocas veces.

Ya que teníamos esa información, pasábamos la propuesta al Secretario y él nos “palomeaba” diciendo: “esto sí, esto necesito que me den más, necesito cifras duras”, etcétera. O bien, cuando estaba en reuniones en Los Pinos, nos llamaba y decía: “ustedes me están poniendo estos datos y el Presidente ya dio otras cifras y ya se comprometió con algo diferente”.

Cuando los eventos eran con el Presidente, ahí teníamos que seguir cierto protocolo. Cuando el Presidente va a un evento, él es el que cierra con su discurso, sólo abre si va a inaugurar algo.

Teníamos que acatar los tiempos y las circunstancias del evento. Era común que nos avisaran que tenía sólo cinco minutos para hablar y nada más. Nuestra información en eventos de ese nivel, era información que teníamos que dar para el discurso del Presidente.

En esas circunstancias teníamos que negociar mucho con el área de discursos de la Presidencia, porque si el asunto era el anuncio de que se va a crear alguna reforma o ley o bien se va a construir cierta infraestructura, esa noticia la daba el Presidente y nosotros sólo teníamos que dar cosas complementarias.

La propuesta de discurso se le pasaba al Secretario y una vez que la veía y aprobaba, se le pasaba al Presidente para que su área de discursos diera el visto bueno. Si Presidencia pedía que omitiéramos algunos temas, le avisábamos al

Secretario que esto no lo iba a decir él, porque lo va a decir el Presidente. Sojo era muy disciplinado en todos los sentidos, porque es bien sabido que hay secretarios que pelean la información.

Cuando teníamos una versión final del discurso, procurábamos ir uno de los tres integrantes del área a los eventos para percibir otras cosas que no se perciben desde la oficina. Es decir, por más que manden la versión escenográfica y leyéramos la prensa, siempre había situaciones diferentes en cada evento.

Si uno se mantiene sólo como redactor de discursos a esperar la retroalimentación y leer los periódicos, se entera de algunas situaciones, pero muchas otras veces, sobre todo como al año y medio o cuando eran temas muy delicados, que el Secretario iba y daba algún discurso, al regresar le preguntábamos como le fue, siempre respondía “muy bien todo mundo me aplaudió, me dijeron que todo iba muy bien, que me felicitaban”.

Había que estar presentes en el momento justo en que pronunciaba el discurso, pues si bien todo el mundo se paraba y felicitaba al Secretario por su intervención, a veces la percepción de la gente era otra y se comentaban asuntos que había omitido o bien que su postura no era la esperada.

Es verdad que hay una línea oficial que debíamos seguir tanto del gobierno en general como de la dependencia, pero nosotros si teníamos la misión de decirle a Sojo que la situación no era tan rosa como se lo estaban pintando.

Debo aclarar que si bien Comunicación de Presidencia no ordenaba exactamente qué mensaje seguir, si teníamos que estar al pendiente de todo cuanto decía el Presidente y en qué sentido, porque de ahí incluso retomábamos ideas fuerza para escribir el discurso del Secretario.

Era evidente que el Secretario no debía contradecir al Presidente, por el contrario debía reforzar lo que él dijera. Si la línea oficial del Presidente era una que incluso iba en contra de lo que habíamos dicho, o bien no era acorde a lo que nosotros manejábamos en la agenda de la Secretaría, había que matizar. El Secretario sí ponía sus matices, pero con mucho cuidado.

Los mensajes del Secretario debían ser acordes a lo que Presidencia decía. De alguna manera, se es vocero del Presidente.

Era necesario elaborar los discursos de manera tal que no hubiera discordancia con la Presidencia, pero también había que cuidar la imagen del Secretario. Si ya van a decir ellos la nota, ¿Qué va a decir el Secretario? Nos guardábamos entonces unas cosas, datos que tampoco causaran problemas, porque si no, nos hacíamos merecedores de un reclamo.

Era indispensable ser muy cuidadosos. Más de una vez tuvimos alguna discusión porque el hecho de no tener un solo canal de comunicación entre las Secretarías y Presidencia genera algunas distorsiones. Esto no significa que deba centralizarse la información, sino construir canales adecuados.

En ocasiones, para ganar tiempo, en lugar de pedir información directamente a Presidencia, acudíamos con las dependencias directamente para que nos proporcionaran lo que necesitábamos. Sin embargo, al comparar los datos entre Presidencia y dependencias, eran diferentes. Debíamos ser en extremo cuidadosos, pues si era el mismo evento, por fuerza debíamos traer los mismos datos que Presidencia.

Para elaborar un discurso nos repartíamos los temas. Por lo general, cada uno de nosotros se había especializado en algún aspecto con el paso del tiempo. Así, si venía un discurso cuya temática entraba dentro del área que ya conocíamos, lo tomábamos.

En ese sentido, había mucha horizontalidad, pues a pesar de que mi jefa directa coordinaba el área, trabajábamos muy a la par todos. Es cierto que había situaciones que requerían su presencia, en alguna reunión o para tomar alguna decisión. En términos prácticos, por estatus, le correspondía a ella. Sin embargo, en la elaboración de discursos, todos teníamos partes por igual. Y al terminar, los tres asesores nos revisábamos los discursos para evitar errores.

Puedo decir que debido a mi formación de comunicóloga y a mi experiencia en la oficina de Presidencia, llevaba una ventaja competitiva frente a los otros asesores en la redacción de los discursos.

En muchas ocasiones resultábamos una especie de periodistas entrevistando a las áreas de la Secretaría para que nos explicaran el estado de una determinada situación. Qué había sucedido, cómo estaban las cosas, cómo están ahora; qué

logros se han obtenido; qué consecuencias se derivaron de la toma de decisiones, etc. Pedíamos detalles de lo que había logrado ese departamento para después convertirlo en un discurso que respondiera a las expectativas de los organizadores y, obviamente, del propio Secretario.

Sojo tenía una compilación de notas, acotaciones y datos que recopilaba. Este conjunto de notas nos servía bastante pues se trataba de un compendio de citas y acotaciones de discursos que había dado él, el Presidente o bien de libros y revistas que leíamos y que guardábamos, pues sabíamos que en algún momento nos serían útiles.

Este ideario era porque a él le encantaba meter citas; por ejemplo Mohammad Yunus es un referente en el tema de las PyME en el mundo. quizá él es uno de los principales impulsores de la banca social, es decir de dar créditos a los pobres.

Él ha roto muchos tabúes de que la gente pobre no paga y no es verdad, a él le ha funcionado un banco para esta área de la población marginal de la India y dice: "El pobre sí paga, el pobre necesita que confíes en él".

Cada que hablábamos de ese tema a Sojo le gustaba mucho: "Tráiganse citas de Yunus" o de quien fuera, eso implicaba que en nuestros ratos libres o aun no los libres, cuando teníamos un discurso teníamos que estar sacando desde un libro de etimología (porque a veces por extraño que parezca sirve mucho encontrar el origen etimológico de las palabras ya que pueden ser el eje discursivo de lo que vas a preparar) o bien, el mismo coordinador nos daba notas para empaparnos de un tema.

Muchas veces el Secretario tenía citas “de cajón” que siempre quería utilizar para todo o en todos los discursos. O bien, llegaba a decirnos que propusiéramos citas y acotaciones para hacer más interesantes sus discursos.

Una labor importante de los asesores es mantener bien informado al Secretario respecto a las tendencias de la prensa nacional y mundial, para sugerir temas o bien para seguir las tendencias, si bien, al final era el propio Secretario el que decidía entrar o no a la discusión de esos temas.

3.4 Las labores alternas

Otra de las actividades que realizaba en el área de discursos, era armar presentaciones para el Secretario. Eduardo Sojo es sobre todo un académico. Más que discursos, le gustaba hacer presentaciones y que todos los datos estuvieran en correspondencia con los que manejaba el Presidente. Por tanto, no sólo hacíamos esas presentaciones, sino la investigación correspondiente que avalara lo que se estaba diciendo.

Había un área de la coordinación de asesores que se encargaba de eso en estricto sentido, pero cuando las presentaciones eran más extensas, por ejemplo cuando se anunció la creación de PROMEXICO, nosotros hicimos esa presentación junto con el Secretario.

A veces llamaban de alguna revista o medio especializado pidiendo que el Secretario escribiera algún artículo. Por lo general buscaban en primera instancia al

departamento de comunicación. Una vez consultada y aceptada, el Secretario pedía que hiciéramos el artículo para que él pudiera revisarlo y hacerle correcciones.

A esas peticiones, había que agregarle la elaboración de los discursos que en algunas semanas llegaban a ser hasta ocho.

Cuando se discutía la agenda, nosotros pugnábamos porque el Secretario no apareciera en tantos eventos porque por cuestiones de lógica institucional debía repetir sus mensajes; pero ahí perdíamos mucho el control, porque tú no eres el coordinador de asesores, porque a lo mejor con todo el tacto, pero también con tu obligación como asesor se lo dices al secretario, pero de que te haga caso a la realidad hay una gran distancia.

3.5 La realidad y los discursos

El problema al que cualquier asesor se enfrenta, independientemente de la formación que tenga, si es comunicólogo o economista, es que ve y vive una realidad que a veces es distinta de la de los altos funcionarios; una realidad de la que no se puede estar ajeno porque leemos todos los periódicos diariamente o por el simple hecho de que nuestra familia vive determinada situación que no refleja lo que los funcionarios quisieran ver, porque nosotros sí salimos a la calle y la recorremos y vivimos una vida normal.

El primer conflicto es que no te crean lo que se debe decir en términos de ser realistas, de hablar de los temas que la gente quiere hablar y de tener posturas

oficiales mucho más realistas, de repente nos enfrentábamos a decir que el mundo es color de rosa porque el funcionario quiere decirlo y pues qué hacemos.

A veces nosotros metíamos propuestas de discurso que considerábamos más reales; no de confrontar, pero sí decir las cosas como son o de hacer reconocimientos. A veces, en las entrevistas banqueteras los reporteros les sacaban esas declaraciones, pero casi nunca iban en el discurso.

Siempre sugeríamos que para evitar esas declaraciones, metieran datos o expresaran posturas y nosotros les decíamos: “Pues por qué no lo suman en el discurso” pero eso es muy complicado porque ya depende en sí de quien lo va a pronunciar, ese es un conflicto.

Como comunicóloga, yo creo que toda persona que se encarga de hacer discursos está obligada a eso, a leer los periódicos, a escuchar las noticias, porque de repente el funcionario puede quedar envuelto en una burbuja.

Ser comunicóloga me facilitó incursionar en la elaboración de discursos por la cuestión básica de saber cómo estructurar un texto, de tener una idea clara de cómo hay que ir armando un mensaje para que sea atractivo, empezar con una idea general y después abordar los detalles.

La estructura de un discurso es muy similar a la de una nota informativa, porque en un primer párrafo se plantea la cuestión general, se responden las preguntas básicas y se deja ver el tono con que el funcionario se va a conducir.

Hay que dar una “probada” en el primer párrafo de lo importante y de las anécdotas porque cuando un funcionario pronuncia un discurso, hay que lograr que sea ameno y para eso ayudan mucho las anécdotas del mismo funcionario.

Las anécdotas que incluíamos en el discurso las obteníamos de las pláticas con el Secretario o a veces él mismo nos contaba algún elemento que daba pie para contar una historia alrededor; recordábamos si algo fue muy aplaudido o festejado e iniciábamos por ahí.

En ocasiones, para romper el hielo, se contaba un chiste o algo gracioso y se arrancaba una sonrisa a la gente, con ello lo que se generaba una sensación de cercanía con el Secretario.

Era la manera de propiciar y facilitar el diálogo, de generar cierta empatía con el que escucha y para lograrlo, por supuesto que la formación como comunicóloga brinda elementos.

A pesar de que el Doctor Sojo era una persona muy disciplinada, muchas veces los tiempos no dependían de él; en ocasiones, llamaban de Presidencia avisando que salía al día siguiente de gira con Calderón, que el Secretario hablaría a las 13:00 horas y que a más tardar quería el discurso a las 10:00 horas de la mañana para leerlo y hacer correcciones. Y todo eso lo avisaban la noche anterior.

Entonces había que llamar a Presidencia para obtener información del evento, comparar datos y obtener información para poder redactar. Y de ahí no salíamos

hasta las 12 de la noche con el discurso terminado, para que al día siguiente pudiéramos enviárselo tal y como lo había pedido.

Los discursos tenían en promedio una extensión de 8 cuartillas. Lo que tengo que reconocer es que pocas veces pedía grandes cambios.

Al tener una agenda bien estructurada y al hacer una división de temas entre el grupo de asesores, conocíamos muy bien el terreno por donde se movía el Secretario. Si entregábamos un discurso el lunes, el miércoles ya teníamos listas las correcciones.

Las ocasiones en que teníamos que cambiar absolutamente todo eran contadas; y por lo general eran porque de repente el Presidente le cambiaba la jugada y le pedía hablar de otro tema.

Hacer discursos suena era desgastante; que alguien no saliera a comer o lo hiciera en la oficina, eran escenas cotidianas. Muchas veces, salíamos muy tarde o trabajábamos los fines de semana. A veces llegábamos confiados y decíamos “la semana está tranquila”. Sin embargo, en un santiamén llegaba una llamada de Presidencia avisando que el Secretario se iría de gira con el Presidente y entonces todo nuestro panorama cambiaba. Debo reconocer que una de las áreas más entregadas y “matadas” era la de discursos.

3.6 El adiós a la Secretaría de Economía

En julio de 2008 a Eduardo Sojo lo nombran titular del INEGI, y en sustitución como Secretario de Economía, llega Gerardo Ruiz Mateos que entonces era el jefe de la oficina de la presidencia con Calderón.

Consideré que era el momento de renunciar porque un año antes yo había tenido a mi bebé y ya habían pasado ocho meses en los que yo estaba entrando a las 9:00 am y llegando a mi casa hasta las 22:00 horas; y sus primeros ocho meses, su mamá fue su abuelita. Me pareció que era la coyuntura para darme ese espacio en otra faceta, la más importante en la vida de cualquier mujer, la de ser madre.

Al estar acostumbrada a ese ritmo de trabajo y tener ese estilo de vida, cuesta trabajo abandonarlo tan fácilmente. Por ello, durante todo 2009 estuve colaborando con una empresa llamada Politikon, dedicada a dar a asesorar campañas de candidatos a puestos de elección popular. Ahí participé de manera concreta en el taller de entrenamiento de medios.

Una de nuestras clientes fue una candidata a una diputación. Mi labor era enseñarle cuáles eran las tendencias de los medios en México, además de simular entrevistas, desde una que fuera muy condescendiente, hasta una que se portara muy agresiva.

Posteriormente, decidí que tenía que tomar parte integral en la educación de mi hija, pues se ha vuelto el proyecto más importante que he tenido en toda mi vida y, por tanto, no puedo desaprovechar ninguna oportunidad para pasar tiempo a su lado.

Consideraciones finales

Quizá uno de los momentos más difíciles en la vida de un universitario es el momento de abandonar la escuela y enfrentarse al mundo real. Es decir, al mundo laboral que va mucho más allá de las aulas y del confort de la Universidad. Para ese momento, no hay ningún estudiante que se encuentre preparado al ciento por ciento, sea el mejor o el peor de los alumnos.

En la escuela nos enseñan a pensar teorías, o bien, a reflexionar sobre la realidad; a desarrollar habilidades en áreas como la realizar fotografía o los talleres de televisión o de prensa; pero no a negociar entrevistas con los reporteros, a "vender" la información en función de intereses específicos, ya sea institucionales o personales, cuidando de la ética en todo momento; o a proponer temas y estrategias para insertar una agenda mediática en la opinión pública.

Es el día a día en una oficina de prensa el que escapa a cualquier enseñanza que la Universidad pueda ofrecer, y eso es un conocimiento que sólo puede aprenderse trabajando y experimentando.

Es importante no perder de vista que un medio tiene sus propios intereses como los que pueda tener cualquier otra empresa o persona; que ante todo son negocios y que se deben dejar de lado los prejuicios que nos vamos formando cuando en las aulas a veces idealizamos la forma en que deberían resolverse muchos asuntos. Ese tipo de conocimientos tan detallados o "finos" sólo pueden experimentarse en

el trabajo, y siempre hay que saber que todo debe negociarse; todo es un estira y afloja.

En ese sentido, con el paso de los años tuve que desarrollar habilidades que no necesariamente aprendí en la escuela, como negociar que la información que se pretende divulgar se plantee de determinada manera.

Por ejemplo, negociar con la información y dimensionar lo que entregamos como institución y lo que busca un reportero, un medio de comunicación. No sólo se trata de entregar la información primero al medio más importante, sino dimensionar las consecuencias de la información y entender las necesidades de la oficina para la cual uno trabaja.

Saber qué se busca y quién queremos que lea primero es parte fundamental de una oficina de comunicación social; y ese conocimiento va más allá de lo aprendido en la escuela.

En algunas ocasiones sentí que aquello que me ofreció la escuela en términos educativos fue un tanto limitado; y de hecho considero, que las carencias no fueron tanto de aquello que me enseñaron, sino del propio plan de estudios.

El hecho de que en la escuela no sean obligatorias las prácticas nos pone en desventaja con algunas otras universidades, porque en esos acercamientos al mundo laboral, podemos darnos cuenta de lo que sucede más allá de las aulas. Ahí, los alumnos detectan habilidades y herramientas que demanda el mundo laboral y de esa forma se obliga a los profesores a estar al día.

Es una actitud recíproca: en la medida en que los alumnos salgan y se expongan a la realidad, la Universidad podrá retomar todas aquellas dudas y plasmarlas en sus planes de estudio.