



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

33
2es.

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
ACATLAN

**LA GACETA MILITAR:
INSTAURACION, ALCANCES Y PROPUESTAS PARA
LA SECRETARIA DE LA DEFENSA NACIONAL**

**MEMORIA DEL DESEMPEÑO
P R O F E S I O N A L
PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN PERIODISMO Y
COMUNICACION COLECTIVA
P R E S E N T A :
ALEJANDRO MARQUEZ GONZALEZ**

ASESORA: LIC. ROCIO CASTELLANOS RODRIGUEZ



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

268827



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.

**«Jóvenes, esto es el ejército -nos dijeron:
sacrificio, lealtad y trabajo arduo, respondan
exclusivamente a lo que se les pregunte»,
más nunca se imaginaron que nosotros, en nuestra calidad
de periodistas, éramos los que íbamos a preguntar...**

Nota.

Con casi cuatro años de prestar mis servicios a la Secretaría de la Defensa Nacional en el área de Comunicación Social; a lo largo de este tiempo he evaluado de manera personal mi desempeño como profesionista y también he sido testigo de la complejidad de relaciones existentes en el ejército, así como del avance o retroceso de una apertura de esta Institución a la sociedad y a los Medios Masivos de Comunicación.

Quizá el hecho de haber fundado un periódico interno para las Fuerzas Armadas no sea un suceso histórico, pero cuando menos forma parte de un esfuerzo necesario para contribuir con la comunicación dentro del ejército, que ha sido mal entendida en el mejor de los casos o censurada en el peor.

Sin embargo, al retomar esta experiencia en el ejército para realizar la presente memoria, no busco herir susceptibilidades sino describir mi participación en la elaboración de un producto comunicativo y la relación del profesionista (llámesele periodista o comunicólogo) con las Fuerzas Armadas, para establecer finalmente una crítica positiva y aportar soluciones que

mejoren el desarrollo de la incipiente Comunicación Social en el Instituto Armado.

Para algunos resultará interesante esta memoria, en el sentido de que poco se sabe sobre el ejército (esto se debe principalmente a problemas históricos que lo han desvinculado de la sociedad); no obstante, cabe aclarar que se trata de una visión particular de quien escribe y es una memoria de la vida laboral del autor con el ejército.

Así pues, este trabajo con todo y sus limitaciones, ofrece al lector un panorama de la relación profesionista-ejército y la búsqueda de una mejor apertura de esta Institución a la sociedad basada en una comunicación adecuada entre los mandos y sus fuerzas internas.

Alejandro Márquez González.

Acattán, Edo. de México, agosto de 1998.

A Norma, Antonio y Aideé por su sonrisa, aliento y
comprensión, quienes han escrito la página
más emotiva de mi vida.
Asimismo, siempre están en mi memoria mis padres y
sus firmes palabras de confianza, amor y esperanza.

Al parecer, llegamos apreciar verdaderamente a nuestros
profesores hasta que en la rudeza de la vida, sus
enseñanzas son las armas
más útiles para sortear las desavenencias.
A todos ellos, mi respeto y agradecimiento.
De igual forma gracias a mis amigos y compañeros que
han sido factor indispensable en mi formación
académica y personal.

Indice

Nota.	3
Dedicatoria	5
Agradecimientos	6
Indice.	7
Introducción.	9
1. La Dirección General de Comunicación Social (Historia, alcance y perspectiva).	12
1.1 Antecedentes y aparición de la Dirección General de Comunicación Social en el Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos.	12
1.2 Funciones de la Dirección General de Comunicación Social.	15
1.3 El profesional de Periodismo y Comunicación en la DGCS de la SDN (Perspectivas de crecimiento).	20
2. La Gaceta Militar. Proyecto y desarrollo.	24
2.1 Antecedentes a la Gaceta Militar.	24
2.2 La Gaceta Militar en el Plan de Desarrollo de Comunicación Social de la SDN	28
2.3 Disposiciones legales para la instauración de la Gaceta Militar.	30
2.4 Organización y funcionamiento del Departamento de Producción.	32

3. Proceso editorial de la publicación	36
3.1 Información General de la Gaceta Militar	36
3.2 Diseño.	37
3.3 Contenido de las páginas de la Gaceta Militar.	40
3.4 Ruta crítica de la publicación.	43
4. Consideraciones sobre la Gaceta Militar.	45
4.1 Crecimiento y desarrollo de la Gaceta Militar.	45
4.2 Problemas a que se enfrenta el profesionalista de Periodismo y Comunicación en el medio castrense.	50
4.3 Problemas de edición y realización de la Gaceta Militar.	58
4.4 Propuestas de mejoramiento de la publicación.	60
4.5 Conclusiones y expectativas.	69
Citas:	74
Capítulo 1.	74
Capítulo 2.	74
Capítulo 3.	75
Capítulo 4.	75
Bibliografía:	77
Anexo: Ejemplar de la Gaceta Militar No. 32 del mes de julio de 1998.	80

Introducción

En nuestros días, la acepción de *gaceta* ha tomado un significado más concreto, ya que en épocas anteriores al referirnos a este concepto se hacía pensando en un periódico o una publicación periódica tipo revista o folleto que se distribuía al público en general. No obstante, el término ahora nos remite a una publicación interna, ya sea de alguna empresa, organización privada o institución oficial y dirigida a un público definido.

El surgimiento de una *gaceta* en el Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos, fue originado ante el panorama de los hechos ocurridos en 1994 en el estado de Chiapas, con el fin de servir de medio de información y de vinculación entre los mandos militares superiores y los miembros de tropa para unificar aspectos doctrinarios y morales de esta institución castrense; hecho que se concreta con la aparición oficial de la Dirección General de Comunicación Social del ejército, la cual materializó los esfuerzos para enfrentar un nueva faceta -en México-, de la utilización de la Comunicación Masiva como parte de la estrategia propagandística del autodenominado Ejército Zapatista de Liberación Nacional.

Cabe aclarar que unos meses antes del Decreto Presidencial por el cual se crea la Dirección General de Comunicación Social del Ejército y Fuerza Aérea en diciembre de 1994, ya se había organizado un equipo de militares para atender todo lo relacionado a Medios de Comunicación Masiva, dicho equipo, denominado

Grupo de Prensa, definió los alcances, objetivos y estrategias para la estructuración de la Dirección de Comunicación Social y, como parte de esa proyección, se realizaron los trámites de contratación de 18 civiles que contaban con estudios de Periodismo y Comunicación, de los cuales unos eran titulados, otros pasantes y otros más aún cursando los últimos semestres de la carrera.

Este grupo de profesionistas fue denominado *Ple Veterano de Comunicación Social*, dentro del cual formé parte.

Obviamente, la Secretaría de la Defensa Nacional utilizó los servicios de los profesionistas para proveer de conocimientos y acciones concretas de Periodismo y de Comunicación Social en favor del ejército. Algunos desistieron de la idea de formar parte de la institución castrense al no adaptarse al sistema laboral y militar del medio; sin embargo, alrededor de 15 personas que continuamos con el trámite de contratación (Alta) y se nos ubicó en los distintos departamentos del Grupo de Prensa: unos al área de Análisis, otros al departamento de Relaciones Públicas y el resto a Producción.

El autor de este documento forma parte del departamento de Producción hasta la fecha y, en aquel momento (agosto de 1994) se le encarga la elaboración de una publicación periódica y de fácil impresión para difundir las noticias del medio militar entre sus miembros. Así, después de realizar varias propuestas y números «cero», nace la *Gaceta Militar*, «El periódico de las Fuerzas Armadas».

Por tal motivo, en la presente memoria del desempeño profesional, se señalarán las principales publicaciones que antecedieron a la *Gaceta Militar*, así como el marco legal y organizacional para la fundación de un periódico interno; lo anterior nos servirá de referencia histórica, legal y contexto que nos permita entender el proceso evolutivo de la *Gaceta Militar* en las Fuerzas Armadas.

Posteriormente dedicaremos algunas páginas de la presente memoria a la planeación y proyecto de lanzamiento de esta publicación con el fin de señalar las condiciones bajo las cuales nació; para que después se puedan explicar los cambios y ajustes en el proceso editorial de la *Gaceta Militar* con el fin de establecer la participación del periodista en la creación y desarrollo de la misma; asimismo,

describiremos los aspectos técnicos, editoriales y de diseño, para poder introducirnos, *de facto*, en la relación del profesionalista de Periodismo y Comunicación con las Fuerzas Armadas.

Dicho panorama nos proporcionará las bases para establecer la problemática que existe en esta relación, la cual nos remitirá a un análisis de la situación del periodista al desarrollar su profesión dentro del Ejército Mexicano y en consecuencia, proponer, de acuerdo a nuestra experiencia laboral, ajustes, sugerencias y soluciones a esta problemática para mejorar del proceso editorial de la *Gaceta Militar*.

1. La Dirección General de Comunicación Social (Historia, alcance y perspectiva).

1.1 Antecedentes y aparición de la Dirección General de Comunicación Social en el Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos.

Luis Alamillo Flores, uno de los principales reformadores del Ejército Mexicano en los años 40's ya empleaba el término de Prensa Militar y al mismo tiempo proyectaba las «necesidades que deben presidir su constitución en servicios por medio de órganos militares de información y estudio, con capacidad para exponer, comentar y criticar hechos y doctrinas, y esto no ya sólo en un terreno estrictamente técnico, sino en el más amplio de la cultura y la erudición en general, siempre que de ello se derive un interés para la nación. Al escribir esto pienso en una organización cuyas ventajas y frutos se extenderían a todas las esferas del país y del Ejército Nacional; pienso en la existencia de periódicos de orden intelectual superior, para elementos civiles y militares de elevada cultura; pienso también en publicaciones de modesto alcance, cuyo contenido no ofrezca complicación alguna ni en el fondo ni en la forma; con exposiciones elementales, claras, que traten asuntos y de principios fundamentales, y que estén dedicadas, especialmente al obrero, al campesino, al artesano, que será siempre el tipo de soldado mexicano».¹

Durante esa época, tiempos de Abelardo Rodríguez y Lázaro Cárdenas como presidentes de la República Mexicana, existió la Sección de Prensa de la Secretaría de Guerra y Marina. «Más tarde se acordó, con justo sentido

administrativo, que la mencionada Sección de Prensa, se desprendiera de la dependencia de la Secretaría, para incorporarse a la Dirección General de Educación Militar (DGEM).

Era ésta una medida de gran conveniencia, si se tiene presente que la DGEM está encargada, no sólo de dar al ejército, en todas sus esferas, la necesaria enseñanza técnica, sino que es además el centro responsable de la cultura general del mismo ejército, como también de su orientación espiritual. Y la prensa militar constituye a no dudarlo, el elemento complementario más indicado para las escuelas militares».²

Después de su incorporación a la DGEM, fue denominada Oficina de Prensa Militar, «fue provista de elementos de real valor y al propio tiempo, responsables de sus publicaciones. El cuerpo de redactores se integró exclusivamente, por especialistas en cada materia. Profesores y periodistas profesionales, es decir, todos técnicos, tomaron a su cargo la confección intelectual de la Revista del Ejército y de la Marina».³

Así, la Oficina de Prensa permaneció sin ningún cambio, hasta recientes fechas en que pasó a formar parte de la Sección de Inteligencia del Estado Mayor de la Defensa Nacional (EMDN). Sin embargo, un hecho político que hizo posible la desaparición de la Oficina de Prensa y la Creación de la Dirección General de Comunicación Social de la SDN fue el surgimiento del grupo autodenominado Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN). El primero de enero de 1994, debido al acontecer político nacional y a raíz del levantamiento armado en el estado de Chiapas que implicó un manejo estratégico de los medios de comunicación, se hizo necesario estructurar un órgano de Comunicación Social en el Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos, que permitiera habilitar canales de comunicación entre el instituto armado y la sociedad.

Por tal motivo, mediante el decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 21 de noviembre de 1994, el Comandante Supremo de las Fuerzas Armadas, autorizó la creación de la unidad administrativa denominada Dirección General de Comunicación Social.

«Ese mismo decreto reconoce que la sociedad tiene derecho a ser informada en forma veraz, oportuna y objetiva de los acontecimientos que con motivo de las misiones Generales tiene establecidos el Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos, en su Ley Orgánica.

«La evolución y cambios experimentados por la sociedad en años recientes hizo necesario intensificar las acciones en materia de comunicación a fin de establecer la postura oficial sobre temas, que directa o indirectamente afectan la integridad del instituto armado y que son susceptibles de generar polémica por parte de los Medios de Comunicación.

«Sin embargo, la Comunicación Social no se limita únicamente a crear una buena imagen del instituto armado, sino a establecer una comunicación continua y transparente con la sociedad, proporcionando información de acuerdo a los principios de doctrina institucional.

«Durante la presente administración, el alto mando ha desarrollado una nueva actitud de apertura ante los Medios de Comunicación, comprometiéndose públicamente a impulsarla conforme a lo previsto en el Programa de Desarrollo de la Secretaría de la Defensa Nacional 1995-2000. En el citado plan se precisa como uno de sus objetivos, fomentar el nacionalismo en el sistema educativo, Medios de Comunicación, fuerzas armadas y en otras instituciones».⁴

Así, la Dirección General de Comunicación Social se establece como la unidad administrativa especializada para dar a conocer a la opinión pública, las actividades que realizan tanto el Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos, como la propia Secretaría de la Defensa Nacional, así como vincular de manera interna a través de sus órganos de comunicación al instituto armado.

1.2 Funciones de la Dirección General de Comunicación Social.

Según el Manual de Organización y Funcionamiento de la Dirección General de Comunicación Social, que se realizó al aparecer este organismo, destaca que «el Plan Nacional de Desarrollo reconoce que México enfrenta nuevos desafíos en el orden nacional y el incremento de retos en el ámbito interno que entrañan las transformaciones tecnológicas y una sociedad cada vez más crítica y participativa. De igual manera, se reconoce que los Medios de Comunicación Masiva integran hoy un sistema de expresión ciudadana en torno a los problemas nacionales y sus alternativas de solución, por lo cual, la intervención de la sociedad civil, en demanda de nuevos espacios de opinión obliga a las instituciones oficiales a concientizarse del proceso de creación de nuevas formas de relación entre el gobierno y la sociedad.»⁵

Por lo que el objetivo general de la Dirección General de Comunicación Social es:

Informar a la sociedad, en forma objetiva, de los acontecimientos relacionados con las actividades que realizan el Ejército y la Fuerza Aérea Mexicanos en cumplimiento de sus misiones generales establecidas en la Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos y su Ley Orgánica. También constituye parte del objetivo general: planear, formular, dirigir y coordinar la política de Comunicación Social y de relaciones públicas de la Secretaría de la Defensa Nacional.

Esta premisa se cumplió a través de una directiva presidencial girada en diciembre de 1994 en materia de Comunicación Social para las Fuerzas Armadas, cuyo objeto es «Normar el desarrollo y operación de una estructura de Comunicación Social en el Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos, para proporcio-

nar al Instituto armado canales de comunicación con la sociedad mexicana, con sus instituciones, con la comunidad militar del activo, con el personal retirado y con las familias de éstos».⁶

Según esta directiva los principios de la comunicación en que se debe regir la DGCS son:

«La Secretaría de la Defensa Nacional comprende la importante función social de los Medios de Comunicación Masiva y asume la obligación de atender sus necesidades Informativas, sin más límite que la seguridad nacional.

«Con el fin de ampliar la comprensión de sus objetivos y acciones, es convicción política de la Secretaría de la Defensa Nacional, proporcionar información verídica, suficiente y oportuna, a los Medios de Comunicación y a cualquier entidad pública o privada que manifieste un interés legítimo por recibirla.

«La función de Comunicación Social es responsabilidad del mando en cada nivel orgánico, desde el alto mando hasta el comandante de zona militar, sobre eventos relacionados con su jurisdicción.

«La función de Comunicación Social consiste en establecer lazos permanentes entre las fuerzas armadas y la sociedad, con objeto de que ésta comprenda su cometido y las apoye.

«La función de Comunicación Social no se limita a crear una buena imagen. La imagen positiva es importante, pero más lo es que exista una comunicación continua y estrecha, que no se vea afectada por sucesos negativos aislados.

«La función de Comunicación Social no se limita a dar información a los Medios de Comunicación masiva. Esto es necesario y hay que saber hacerlo bien; pero los medios son sólo parte de los recursos que facilitan el contacto con la sociedad; por lo que, además, es necesario mantener relacio-

nes directas con todo tipo de asociaciones e Instituciones públicas y privadas.

«En el acontecer nacional se producen episodios que de alguna manera involucran al Instituto armado y le demandan información u opinión, generando espacios informativos que se tienen que llenar oportuna y eficazmente. De no hacerlo, se ceden esos espacios a entidades adversas o se propicia la difusión de información unilateral, incompleta o falsa, que perjudica la imagen de esta secretaría. De cualquier manera, los espacios informativos nunca quedaran vacíos.

«Tener presente que algunos medios de información y algunos periodistas en lo individual, en el marco de la libertad que impera en nuestro país, pueden tener orientaciones ideológicas contrarias a los objetivos y acciones del Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos. A pesar de que nuestra institución despliegue su mejor disposición hacia ellos, su cobertura informativa o sus comentarios pueden tener un carácter negativo y hasta calumnioso. Ante ello, se recomienda seguir actuando de acuerdo a nuestras convicciones, evitar susceptibilidades, cumpliendo en todo caso con el deber de informar y, cuando sea prudente y útil, desmentir las falsedades y aclarar las imprecisiones.

«Por principio, la Secretaría de la Defensa Nacional no debe participar ni fomentar el sistema de corrupción que practican algunos comunicadores. Su cometido constitucional y la dignidad de sus miembros, la ponen por encima de estas prácticas ominosas, así como de cualquier intención de culto a la personalidad. Adicionalmente, se debe tener en cuenta que esas conductas son ilegales y existen disposiciones que las prohíben expresamente (Diario Oficial de la Federación del 22 de diciembre de 1992). Finalmente, debe tenerse en cuenta que cuando se privilegia económicamente a cierto medio o periodista, se provocan ataques de otros que demandan el mismo beneficio.

«La función de Comunicación Social tiene dos vertientes igualmente importantes: La comunicación externa, hacia la sociedad en general y la

comunicación interna, dirigida al personal militar en activo y retirado. Cuando el personal esté enterado de la información y criterios públicos del alto mando, podrá convertirse en instrumento multiplicador de esos conceptos entre sus familiares y amistades».⁷

Así, la DGCS tiene como atribuciones según el Reglamento Interior de la Secretaría de la Defensa Nacional, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 21 de noviembre de 1994, art. 49 bis:

A. Planear, formular, dirigir y coordinar la política de Comunicación Social y de relaciones públicas de la Secretaría de la Defensa Nacional.

B. Establecer, mantener e incrementar las relaciones públicas con instituciones representantes de los sectores público, social, privado y Medios de Comunicación.

C. Canalizar las solicitudes de entrevistas, reportajes especiales e información solicitada por los Medios de Comunicación al alto mando.

D. Coordinar las conferencias de prensa, visitas individuales o grupales de los Medios de Comunicación a instalaciones militares, reportajes especiales, entrevistas, transmisión de boletines de prensa y emisión de material informativo a los Medios de Comunicación.

E. Realizar el análisis de información difundida en los medios de Comunicación Social.

F. Gestionar la acreditación de los representantes de los Medios de Comunicación.

G. Realizar reportajes, entrevistas y otros géneros periodísticos que contribuyan con la publicación y otros materiales informativos para cubrir las necesidades de comunicación de la Secretaría de la Defensa Nacional.

H. Evaluar los efectos y resultados de los objetivos de los servicios de infor-

mación, difusión y relaciones públicas proporcionados a fin de mejorar la organización de sistemas y procedimientos empleados.

1. Constituirse en el vocero oficial de la Secretaría de la Defensa Nacional.»⁸

Actualmente la jefatura de la Dirección General de Comunicación Social se encuentra al mando del general brigadier Jorge Alberto Cárdenas Cantón y está estructurada por los departamentos de Relaciones Públicas, que se encarga de atender a los Medios Masivos de Comunicación cuando solicitan información y conducir a los mismos en las ceremonias cívico-militares; de Doctrina Militar, que analiza el funcionamiento de la misma Dirección y vigila el aspecto doctrinario de las publicaciones; de Análisis Periodístico, encargado de la síntesis periodística y del análisis de la información; Administrativo, el cual realiza todo tipo de trámites internos y, el departamento de Producción, tiene bajo su responsabilidad la realización y distribución de las publicaciones militares.

1.3 El profesional de periodismo y Comunicación en la DGCS de la SDN (Perspectivas de crecimiento).

Para su funcionamiento, la Dirección General de Comunicación Social se integra a través del organigrama mostrado en la gráfica No. 1.

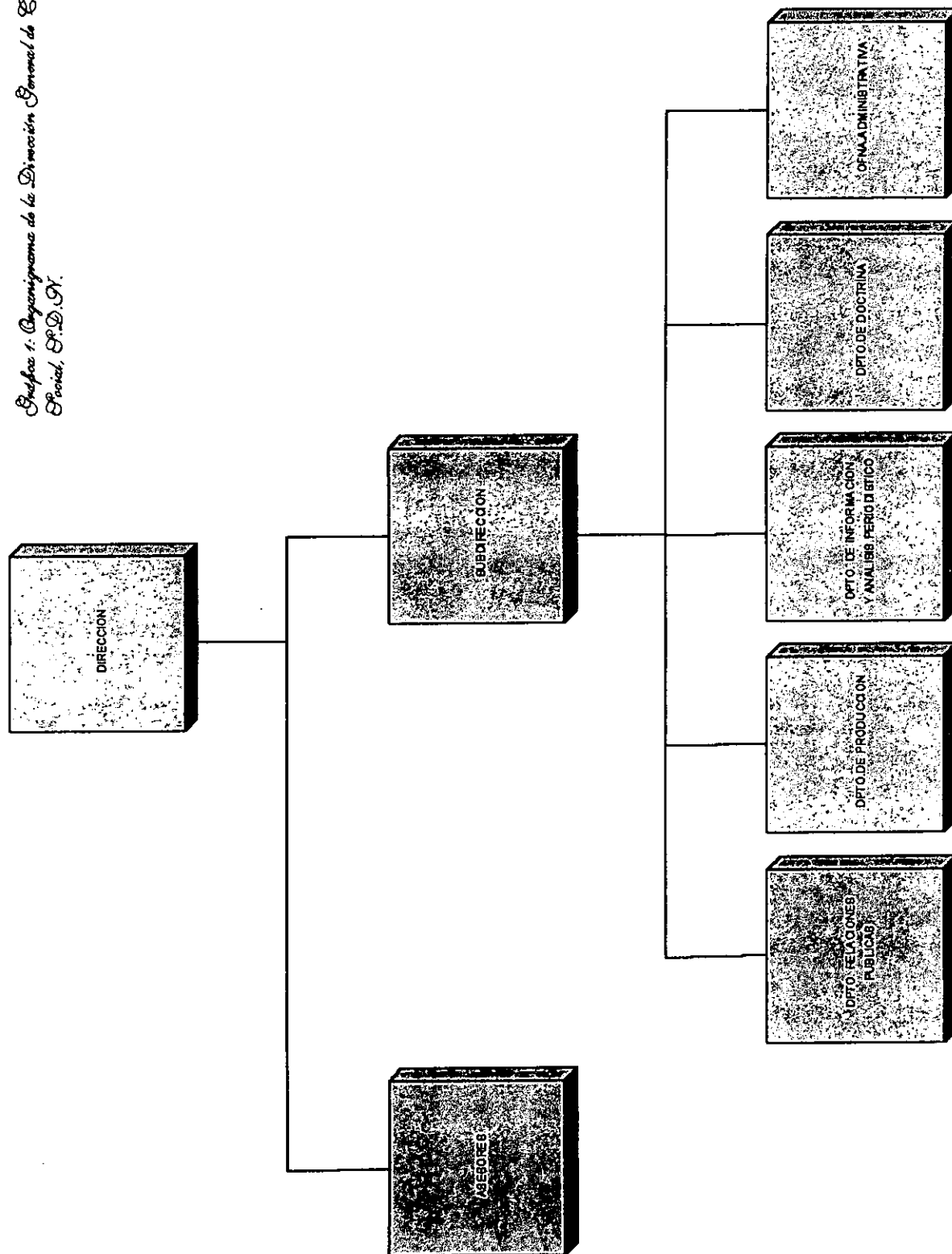
Los diversos puestos de los departamentos son cubiertos por militares, desde soldado hasta general brigadier; en este renglón, el estudiante, pasante o recién titulado de la carrera de Periodismo es contratado como militar, se le uniforma y se le da el trato de acuerdo a su jerarquía castrense, ocupando uno de los puestos de acuerdo a su grado militar más no a sus conocimientos en Comunicación.

Es necesario señalar que el profesionista ocupa alguno de estos puestos pero se le asigna un grado militar que puede ser de soldado a subteniente. Al tener una posición castrense, el profesionista se somete a las leyes y reglamentos de la Secretaría de la Defensa Nacional y, por lo tanto, su ascenso en la escala jerárquica de este organismo se ve determinado por las mismas leyes militares.

Esto a final de cuentas, como se verá más adelante, representa un problema para el buen desempeño y desarrollo del profesionista, ya que se podrá uniformar y someter a un profesionista bajo los reglamentos militares, pero su formación universitaria así como su proyección profesional es el *sine qua non* de su propia existencia.

Bajo este procedimiento, después de suscitarse el conflicto armado en el sureste mexicano, la entonces Oficina de Prensa convocó a jóvenes de la carrera de Periodismo o Comunicación para «causar alta» (término empleado

Gráfico 1: Organigrama de la Dirección General de Comunicación Social, S.D.S.



para expresar que una persona trabajará bajo contrato en la SDN). De esta forma 18 pasantes de las licenciaturas de Periodismo y Comunicación y dos licenciados (uno en Diseño y otro en Economía) fueron seleccionados para apoyar las actividades en esta materia que el Ejército Mexicano desplegaría a fin de contener las tareas propagandísticas que desarrolló el EZLN.

Por otra parte, dentro del organigrama se tiene contemplado un grupo de asesores (licenciados en alguna carrera del área de humanidades, con experiencia en Comunicación Social y de cierta trayectoria profesional) quienes colaboran directamente con el director de esta dependencia militar para análisis de la política mexicana en relación con el medio castrense.

Durante el proceso de contratación, cinco pasantes desistieron de formar parte del grupo por diversas razones; posteriormente, el 18 de agosto de 1994, el grupo de periodistas comenzó a laborar en estas instalaciones, para lo cual 10 de ellos formaron parte de la oficina de análisis de la información y emprendieron tareas de análisis periodístico. Los cinco restantes, se destinaron a la oficina de producción para realizar reportajes, artículos y notas periodísticas, además de obtener imágenes fotográficas y de video al ser comisionados en el estado de Chiapas. Dentro de la oficina de producción el autor de esta memoria fue asignado para cristalizar un proyecto de publicación que tenía como primera intención ser un órgano informativo de la Secretaría de la Defensa Nacional hacia sus Jefes, Oficiales y Tropa para unificar criterios, sobre todo en cuanto a los acontecimientos que se estaban dando en aquella época. En segunda instancia, la publicación pretendía ser también un medio de comunicación o portavoz oficial ante la prensa nacional e internacional. Es así como surge el proyecto para la fundación de la *Gaceta Militar*.

Cabe destacar que para los profesionistas recién egresados fue todo un proceso de aprendizaje de la terminología militar y además de adaptación al medio. Varios de nuestros compañeros se marcharon de la institución al no conseguir adecuarse a la disciplina existente y actualmente, después de pasar tres años del ingreso a las fuerzas armadas, en el área de producción sólo queda el suscrito de aquel pie veterano de profesionistas de la Comunicación. En el área de análisis quedan tres compañeros y uno más en el área de

doctrina militar.

Se tiene pensado volver a contratar personal especializado, sin embargo, actualmente se ha alargado el trámite de Alta de dicho personal y las expectativas de crecimiento están limitadas por la Ley de Ascensos y Recompensas y el mismo sistema castrense, al no ofrecer condiciones económicas y laborales adecuadas para el profesionista.

2. La Gaceta Militar. Proyecto y desarrollo.

2.1 Antecedentes a la Gaceta Militar.

Mucho antes de acceder al campo militar, el periodismo ya era una realidad: «La Gazzete de France, fue la primera experiencia exitosa de un periódico... A partir de 1641 apareció como Semanario...es la madre de todos los periódicos»¹, mientras que en México «la iglesia, el fundador de la primera publicación periódica, *La Gazeta de Méjico*, es o ha sido para 1772 (fecha de aparición del primer ejemplar) jurista, chantre y canónigo del cabildo metropolitano».² Con el paso del tiempo, las gacetas por ser parte de instituciones como la iglesia y expresar la ideología de las mismas se convirtieron en órganos de comunicación interna dicho concepto posteriormente se adoptó, durante el surgimiento de empresas capitalistas y la institucionalización del Estado, por las compañías y órganos constitutivos del aparato estatal.

Aunque Luis Alamillo señala que fue gracias a la Revolución Mexicana como nacen las publicaciones militares en forma real; al hacer una revisión en el Archivo Histórico de la Secretaría de la Defensa Nacional encontramos que existieron otras publicaciones como la *Revista del Arma de Infantería*, *Revista del Hospital Militar*, *Revista de Transmisiones* (todavía existe), la *Revista El Mundo Ilustrado o El Mundo* (1890-1907 aprox., editadas por militares retirados y que contenían en sus páginas información castrense), también se publicó la revista *El Centinela* y la *Revista Militar Mexicana* (1870-1890).

Sin embargo, el nacimiento de una publicación militar con carácter periódico y de vocero oficial es la Revista del Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos, que tiene sus antecedentes en enero de 1906, cuando se publica por primera vez la *Revista del Ejército y Marina*, editada por el Estado Mayor de la Secretaría de Guerra en los talleres de este departamento. Esta publicación tenía las siguientes características:

A) Se publicó mensualmente bajo la dirección del Departamento de Estado Mayor.

B) Tenía por objetivo la divulgación de la instrucción Militar entre oficiales del Ejército y la Armada.

C) La publicación se ilustró con fotograbados, con croquis que complementan la exposición de los asuntos tratados.

D) Se admitió o se pidió colaboración de los oficiales del ejército.

E) Los secretarios de redacción prepararon y dispusieron la publicación de la revista en todos sus detalles.

F) La oficina de la Revista, situada en las dependencias de Estado Mayor, estuvo a cargo de los secretarios de redacción.

G) La estructura de la revista era: artículos originales o reproducciones que formaran doctrina; noticias militares: exteriores e interiores; bibliografía (Sinopsis de libros o publicaciones para los oficiales); correspondencia con los oficiales.

Para noviembre de 1915, debido al movimiento de la Revolución Mexicana y su consolidación en la Constitución de 1917, cambió su denominación por el de *Revista del Ejército y Marina, segunda era*; en la cual se contemplaban las siguientes secciones:

A) Sección biográfica.

- B) Episodios militares.
- C) Acuerdos y disposiciones.
- D) Sección literaria.
- E) Artículos, colaboraciones y traducciones.
- F) Miscelánea.

En enero de 1936, se le denominó «*Revista del Ejército*» y quedó a cargo de la Comisión de Estudios Militares de la Secretaría de Guerra y Marina.

Posteriormente en la década de los 40's, Luis Alamillo señaló que «después de iniciarse con la Revolución el remozamiento de la vida nacional, pueden nacer nuestros elementos de publicidad profesional, de carácter oficial, especialmente destinados al ejército: la *Revista del Ejército y Marina*, la revista *El Soldado* y la Página Militar del periódico *El Nacional*, además de varias revistas redactadas por grupos de jefes y oficiales que, como *El Boletín de Ingenieros Militares* y diversos órganos de jefaturas de operaciones en la República, coadyuvan eficazmente en la marcha ascendente de nuestra educación militar y de nuestra cultura general.»³

Así permaneció hasta 1972, pues en noviembre de ese año surgió la *Revista del Ejército*, que hasta la fecha sigue publicándose. En enero de 1977, adquirió su nombre actual: «*Revista del Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos*» y es el antecedente más cercano a la *Gaceta Militar*, pues si bien han existido otras publicaciones como la revista *Tohtli* de la Fuerza Aérea Mexicana, que data de 1916; las revista *Armas*, fundada en 1946; *El Legionario*, publicación de la Legión de Honor Mexicana, no representan un órgano comunicativo del Ejército Mexicano. Por otra parte, existieron otras publicaciones militares con sentido periodístico pero que a la fecha han desaparecido, como *El Soldado* (años 50's).

Posteriormente en el sexenio pasado, se realizó un periódico mural llamado «Tres de Diana», el cual no duró más de tres años y era más gráfico que escrito.

Un antecedente directo a la *Gaceta Militar* no existe, la *Gaceta* nace como un concepto nuevo en el Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos bajo la mística del periodista; innova como publicación y órgano comunicativo. Es pues, el *primer periódico de las Fuerzas Armadas*.

2.2 La Gaceta Militar en el Plan de Desarrollo de Comunicación Social de la SDN

Con la experiencia de 1968, la comunicación del ejército hacia el exterior se cerró más y se concentró la opinión de la fuerza armada en el alto mando (General Secretario), lo que impidió que en los mandos diseminados en el territorio nacional se gestaran voceros autorizados de la institución. «Dicha situación se prolongó a lo largo de las décadas subsecuentes: los reclamos que una sociedad resentida hacia la administración militar, no podían ser atendidos. El rubro de la Comunicación Social seguía no sólo descuidado, sino devaluado, pues no se le consideraba tradicional ni utilitario en el concepto militar de ese momento. La Secretaría de la Defensa Nacional se resistía a aceptar que los tiempos y sus particularidades ya exigían un canal de apertura social como medida para eliminar el escepticismo del pueblo.»⁴

Sin duda alguna, un parteaguas fue el brote del conflicto de Chiapas a partir de los primeros días de enero de 1994. «Fue algo verdaderamente sorpresivo: una guerra de información y desinformación en la que los antagonistas, más que nadie, fueron los Medios de Comunicación, hábilmente manipulados por los rebeldes. La víctima, la sociedad en general, ya que la opinión pública fue confundida y atemorizada. Eso, sin contar el desprestigio de las instituciones nacionales, que parecía ser uno de los principales objetivos de este *sul generis* movimiento, que logró extenderse no sólo al ámbito nacional, sino también al extranjero».⁵

A partir de allí se optimizan varias de las funciones internas del ejército y se incluye la proyección de un organismo a cargo de las relaciones con los Medios Masivos de Comunicación.

Con el nacimiento de la Dirección General de Comunicación Social se

ponen en marcha varias propuestas comunicacionales para cumplir con los objetivos y directivas dictadas para este organismo. En lo que compete a las publicaciones, el Plan de Desarrollo Comunicacional prevé la necesidad de «organizar el envío y recepción de textos e imágenes en todo el país»⁶, a través del área de reportaje y se le encargó al departamento de Producción eficientizar la producción de folletos, periódicos, revistas y publicaciones de asuntos de interés militar, así como la creación de «una literatura fácil para el público, sobre el Ejército y FAM»⁷. Para lo cual se organizaron las áreas de redacción y difusión, búsqueda de información, investigación, diseño gráfico y reproducción, además, de capacitar a articulistas y reporteros militares en temas militares y en la política de la Institución.

Bajo esta premisa a cada reportero se le asignó un *Oficial de Arma* (militar de carrera), para su inducción a la terminología militar y comprensión de la vida, jerga y *modus vivendi* de este medio. Además se impartió un curso sobre Legislación y Doctrina Militar.

Posteriormente se comenzaron a elaborar notas informativas y artículos de opinión sobre el acontecer nacional de esos momentos. Mientras tanto, se empezó a idear el diseño, la directiva y el contenido de varias publicaciones, una de ellas de tipo histórico llamada *Efemérides*, que en la actualidad sigue publicándose, tiene una periodicidad mensual y se distribuye a regiones, zonas y dependencias militares en todo el país, así como a agregadurías militares y embajadas. Dicha publicación tiene la finalidad de recabar hechos y personajes de la historia mexicana y darlos a conocer. Por otro lado, también comenzó un proyecto que tenía como finalidad difundir a las tropas la posición política de la Secretaría de la Defensa Nacional frente a la situación que vivía el México de 1994. Con esta perspectiva se originaba la *Gaceta Militar*.

2.3 Disposiciones legales para la instauración de la *Gaceta Militar*.

El Manual de Funcionamiento y Organización de la Dirección General de Comunicación Social establece, como ya se ha descrito, que mediante el decreto presidencial, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 21 de diciembre de 1994, se autorizó la creación de esta dependencia militar. A raíz de ello fue necesario hacer un instrumento que proporcionara los lineamientos y funciones que realizaría esta dependencia, por lo que se creó el citado manual.

El artículo 6/o. constitucional consagra que la manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, al menos que se ataque a la moral, los derechos de un tercero, provoque algún delito o perturbe el orden público; así el derecho a la información será garantizado por el Estado.

Esto se entiende en términos generales como *libertad de expresión*, es decir garantiza a todo individuo que se encuentre en nuestro país, la posibilidad de expresar libremente su pensamiento.

Asimismo, el artículo 7/o. de la Carta Magna establece que es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento del delito.

Con fundamento en lo anterior, el 21 de noviembre de 1994, en el Diario Oficial de la Federación se publicó un decreto en el que se reforman, adicio-

nan y derogan diversas disposiciones del reglamento interior de la Secretaría de la Defensa Nacional.

Entre ellos se reforman la fracción XXXI del artículo 6/o. y las fracciones III y VI del artículo 38, además se adiciona una fracción XXXII al propio art.6/o. Se recorren en su orden las actuales fracciones IX y XI para ser XVI a XVIII y se adicionan las fracciones IX a XV al artículo 38, se adiciona un artículo 49 bis y un capítulo XXIV, y se derogan las fracciones II, IV, V, VII y VIII del art. 32 del reglamento interior de la Defensa Nacional para poder así realizar las funciones de Comunicación Social, entre ellas el de publicar sus ideas a través de sus propios medios de difusión.

2.4 Organización y funcionamiento del Departamento de Producción.

Desde la aparición de la DGCS hasta la fecha existe el departamento de Producción organizado como muestra la gráfica 2.

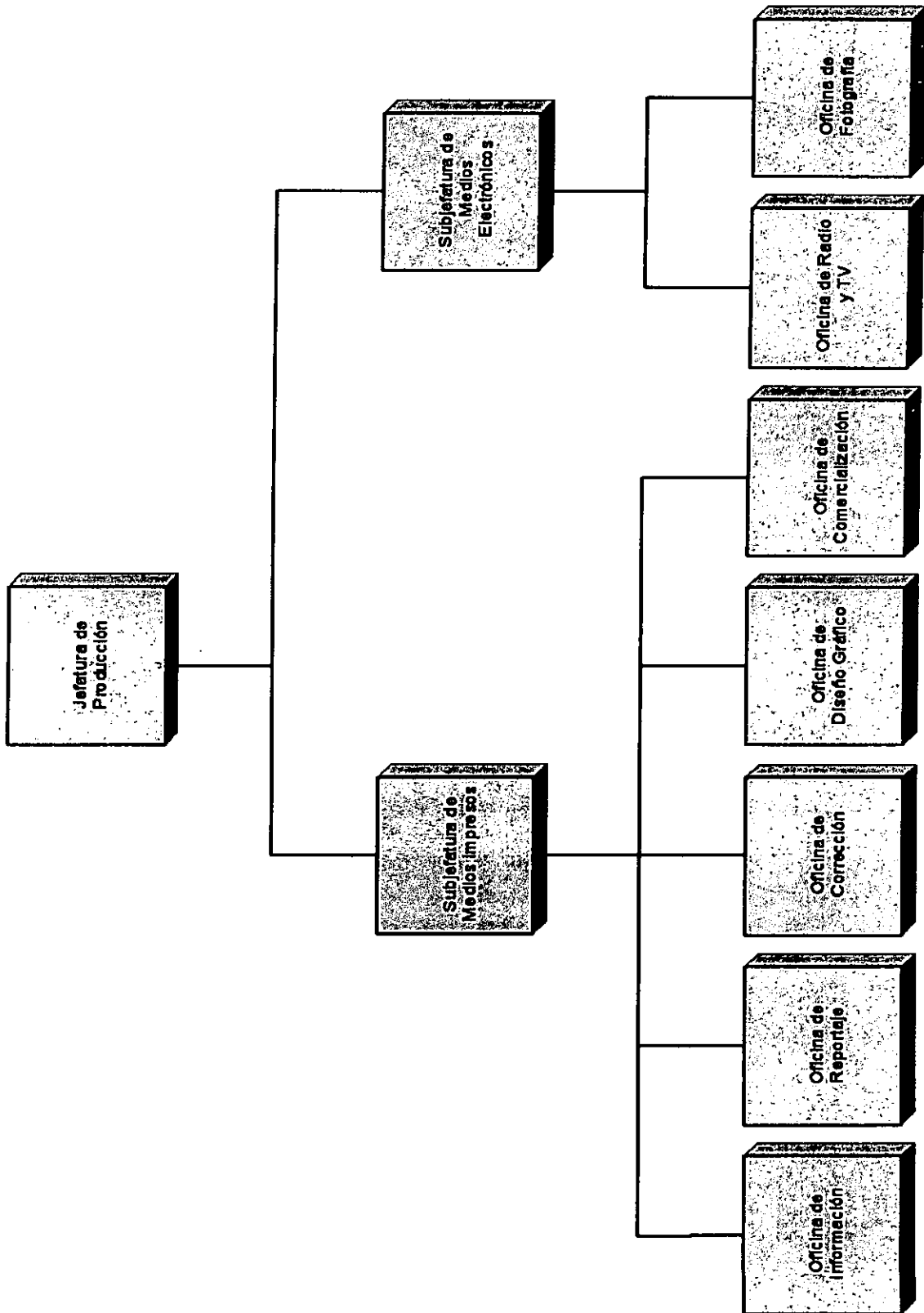
«La jefatura de producción es la responsable de la coordinación de las actividades y trabajos, dirigiendo y orientando la obtención de información oportuna y veraz que pueda ser utilizada dentro de las publicaciones militares y quehaceres del departamento en su conjunto.»⁸

Esta jefatura se encuentra al frente de la subjefatura de medios impresos que genera materiales periodísticos (publicaciones) y de la subjefatura de medios electrónicos que tiene a su cargo la recolección, control y edición de las imágenes de video y fotografía.

De la subjefatura de medios impresos dependen cinco oficinas. «Las oficinas de Información, Equipos de Reportaje, Corrección y Diseño, tienen la responsabilidad directa de los materiales periodísticos y el departamento de Comercialización basa su función en el adecuado abasto de los insumos y en la distribución oportuna de los materiales terminados.»⁹

Así, para elaborar la *Gaceta Militar* y otras publicaciones, el departamento de Producción mantiene relación con el departamento de Análisis para proveerse de artículos periodísticos y recibir información por vía Internet. Con el departamento de relaciones públicas, Producción se encarga de apoyar los eventos comunicacionales con el equipo de reportaje y proporciona la información que sea solicitada por Medios Masivos de Comunicación, público en general y militares sobre algún tema en específico.

Apéndice 2. Organigrama del Departamento de Producción,
D. G. P. P.



Asimismo, el departamento de Doctrina proporciona textos y artículos a Producción para ser integrados a las publicaciones militares y finalmente, Producción se coordina con la oficina Administrativa para la adquisición de material (fotográfico, de video, equipo de computación y material para la impresión).

Como editor de la *Gaceta Militar*, dentro del organigrama de este departamento me encuentro contemplado dentro de la oficina de Información que pertenece a la sub Jefatura de medios impresos; no obstante, ante la actual falta de personal, las oficinas de Corrección y de Reportaje desaparecieron y los profesionistas que quedamos de esas áreas tenemos que reportear, escribir, redactar, corregir y formar, entre otras cosas.

Gaceta Militar.

Característica:	Gaceta.
Periodicidad:	Mensual
Tiraje:	15,000 ejemplares.
Público:	Personal de tropa, principalmente.
Nivel educativo:	Primario y medio superior.
Tamaño:	Oficio Extra.
No. de Hojas:	16.
No. de columnas:	4 (3 en algunas interiores).
Impresión:	Blanco y negro.
Tipo de papel:	variable.
Objetivo:	Funcionar como órgano de comunicación interna, para informar sobre diversas actividades que realiza la institución, además de transmitir la doctrina del medio militar, así como instruir sobre diversos aspectos sociales, culturales y castrenses.
Paquetería de edición:	Page Maker 6.0 para windows.

En mi caso particular, a parte de esas tareas, debo de concentrarme también en la edición de la Gaceta y la realización o corrección de artículos para la Revista del Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos, independientemente de la realización de una serie de trabajos de tipo militar muy diferentes a mi preparación profesional.

3. Proceso editorial de la publicación

3.1 Información General de la *Gaceta Militar*

La *Gaceta Militar* es una publicación interna de la Secretaría de la Defensa Nacional, se inició con un tiraje de 10,000 ejemplares mensuales, pero a partir de julio de 1996 se incrementó a 15,000 unidades para poder satisfacer la demanda de esta publicación en las unidades e instalaciones militares de todo el país. Su distribución se realiza a través de los servicios de una empresa civil de paquetería, mientras que su impresión se hace en el taller autográfico del Estado Mayor de la Defensa Nacional. Esta publicación es gratuita y está dirigida principalmente a personal de tropa. El tamaño de dicha publicación es oficio extra (tamaño del periódico *Tribuna*)¹. Como ya dijimos, la *Gaceta Militar* se distribuye a todas las unidades y dependencias de la República Mexicana, pero además también se envía a embajadas y agregadurías militares de todo el continente americano y algunos países de Europa.

Actualmente la Edición de la *Gaceta Militar* está a cargo del autor del presente trabajo.

3.2 Diseño.

El diseño de la portada consta de bandera, cintillo, nota principal y nota secundaria, así como una o dos fotos. Se realiza un diseño editorial propio de los periódicos respetando encabezados, columnas, balazos, pies de foto, etc.

Los elementos que son inamovibles en la bandera son: encabezado del nombre de la publicación (no cambia tampoco su diseño), las siglas E.M.D.N. (Estado Mayor de la Defensa Nacional) y DGCS (Dirección General de Comunicación Social) y el lema de la Gaceta: «El Periódico de las Fuerzas Armadas». Asimismo se mantiene el cintillo con los datos del año y número de publicación, fecha y la frase: «Órgano de Comunicación Interna».

Parámetros de estilos para la edición de los originales mecánicos de la *Gaceta Militar*:

Cabeza de principal:

AvantGarde BK BT, 48 puntos, anchura al 70%, negritas, sin separación silábica.

Cabeza de segunda:

AvantGarde BK BT, 30 puntos, anchura al 70%, negritas, sin separación silábica.

Cabeza principal en interiores:

AvantGarde BK BT, 30 puntos, anchura al 70%, negritas, sin separación silábica.

Cabeza secundaria:

AvantGarde BK BT, 24 puntos, anchura al 70%, negritas, sin separación silábica.

Cabeza terciaria:

AvantGarde BK BT, 18 puntos, anchura al 70%, negritas, sin separación silábica.

Cuerpo de texto:

Times New Roman, 8 puntos, sangría 5 puntos, normal, con separación silábica.

Balazos:

AvantGarde BK BT, 12 puntos, anchura normal, negritas y cursivas, sin separación silábica.

Llamada:

AvantGarde BK BT, 10 puntos, anchura normal, negritas y cursivas, sin separación silábica.

Pies de foto:

Times New Roman, 7 puntos, normal y cursivas, con separación silábica.

Márgenes de la caja tipográfica:

Interior: 20 mm.

Exterior: 15 mm.

Superior: 20 mm.

Inferior: 15 mm.

Tamaño de hoja de originales mecánicos:

Carta, vertical.

Medianil (entre columnas): 5 mm.

Distancia de Fotografía al texto:

2 mm. por los tres lados, excepto el lado inferior que varía según se ajuste el pie de foto.

Foliado:

Parte inferior central con mancha rebasada. (10 pts. Helvética), sin numerarse la primera plana y la contraportada.

Cintillo de interiores:

Compuesto por nombre de la publicación, logo o identificador y fecha (mes y año).

Cabe aclarar que las dimensiones de este diseño son para los originales mecánicos, los cuales una vez aprobados son enviados al Taller Autográfico del Estado Mayor de la Defensa Nacional, donde son ampliados 20% más, para alcanzar el tamaño de Oficio Extra.

3.3 Contenido de las páginas de la *Gaceta Militar*.

Primera plana:

Bandera y cintillo.

Nota principal: Noticia militar más destacada durante el mes (foto).

Nota secundaria: Noticia militar relevante (foto opcional).

Página dos:

Identificador de la *Gaceta Militar*.

Directorio.

Foto o cartón editorial.

Editorial. (texto: Times New Roman, 9 puntos, sangría 5 puntos, normal, con separación silábica).

Página tres:

Nota principal de lo más relevante a nivel nacional (con fotografías).

Nota secundaria, IDEM.

Página cuatro:

Transcripción de comunicados militares, oficiales o de interés para el público castrense (con fotografías).

Página cinco:

Artículo sobre doctrina militar (con fotografías).

Página seis:

Reportaje o artículo sobre Escuelas Militares (con fotografías).

Página siete:

Nota o reportaje nacional o internacional de importancia para el medio militar (con fotografías).

Página ocho y nueve:

Reportaje gráfico sobre el tema del mes, por lo regular tiene relación con la editorial (con fotografías).

Página 10:

Sección Histórica. Artículos sobre la historia de las Fuerzas Armadas Mexicanas (con fotografías).

Página 11:

Artículo de interés general (salud, hogar, ecología, etc.) (con fotografías).

Página 12:

Sección Cultural, con artículos, notas o reportajes del área cultural en el medio militar.

Página 13:

Columna de computación. (Ciber-espacio, que contiene información sobre informática) (con fotografías).

Página 14 y 15:

Notas deportivas y columna flash deportivo (contiene información sobre lo más relevante del deporte militar) (con fotografías).

Página 16:

Contraportada, contiene noticias militares relevantes y actividades de la Secretaría de la Defensa Nacional con otras instituciones (con fotografías).

3.4 Ruta crítica de la publicación.

El procedimiento para elaborar las publicaciones internas del Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos comienza con la planeación de las mismas a través de los siguientes pasos:

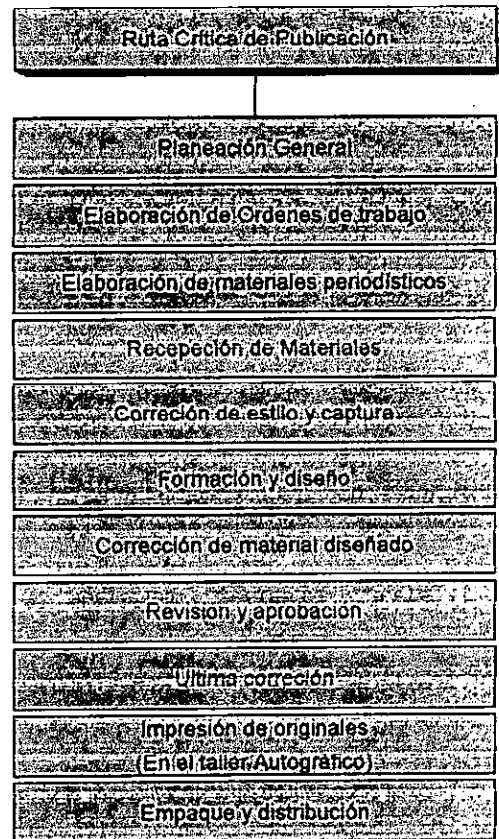
A) Se define la temática general de tres o seis números de la revista, así como la planeación mensual de la *Gaceta* o el *Efemérides*.²

B) Una vez que se han definido los temas se realiza la división de ellos de acuerdo a las secciones de cada publicación.

C) Se establece el objetivo de cada material periodístico concreto seleccionado.

D) Se señala posteriormente que materiales serán elaborados por los equipos de reportaje o solicitados a colaboradores.

E) Se elaboran las órdenes de trabajo para reporteros y colaboradores además de establecer el género periodístico, el tiempo de entrega y los lineamientos políticos o periodísticos que se quieren resaltar.



Así, una vez que se comienzan a elaborar las publicaciones, en la *Gaceta Militar* se tienen 12 días para la elaboración de los materiales periodísticos, un día para la corrección de estilo, un día para la adquisición de apoyos gráficos, dos días para la formación, un día para la corrección en originales mecánicos, tres días para la revisión y aprobación de los mandos superiores y un día para últimas modificaciones. Después, se cuenta con seis días para la elaboración de negativos de impresión, impresión en rotativas y empaque. Por último, en un máximo de 3 días se debe realizar la distribución de la publicación.

4. Consideraciones sobre la *Gaceta Militar*.

4.1 Crecimiento y desarrollo de la *Gaceta Militar*.

A raíz del panorama del año de 1994, el Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos realizaron un esfuerzo comunicativo por frenar los efectos y difusión de información tergiversada (según la versión oficial) en su actuación en el estado de Chiapas.

Como parte de estas actividades, el nacimiento de la Dirección General de Comunicación Social significó una nueva relación entre el ejército y los Medios Masivos de Comunicación que, no obstante en la actualidad, todavía no concretiza su función como oficina de Comunicación Social, pero su creación y las bases periodísticas con que nació preparan quizá un mejor futuro.

No obstante, hablamos de un problema estructural, ya que se creó un organismo con capacidades y expectativas muy diferentes que las demás dependencias internas de la Defensa Nacional. De ello se desprende que no se establecieron lineamientos de funcionamiento en que se contemplara al personal profesionalista y se favorecieran las relaciones laborales adecuadas para la Comunicación Social.

Este problema estructural abarca también la funcionalidad de esta oficina que opera bajo el mando del Estado Mayor, por lo que se encuentra organizada como parte de las secciones que conforman un Estado Mayor y no como una verdadera Dirección General de Comunicación Social, que debiera ser

independiente de este organismo pero supeditada a las órdenes directas del Secretario de la Defensa Nacional, tal como sucede con las demás direcciones, por citar algunas: Dirección General de Archivo e Historia, Dirección General de Sanidad, Dirección General de Administración, etc.

Comunicación Social tuvo un singular nacimiento: surgió como una oficina que buscaba ante todo superar las secuelas del conflicto chiapaneco y formalizar las relaciones de la Defensa Nacional con la sociedad; por la premura de su organización, se realizó un reclutamiento paradójico: por un lado se contrataron los servicios de profesionistas, por otra parte se reforzó esta dependencia con elementos de tropa y oficiales traídos de diversas unidades militares.

Dicho personal que llegó a Comunicación Social por lo regular eran militares no queridos en las unidades, por eso los pusieron a disposición de la incipiente oficina de Comunicación Social, algunos de ellos presentaban problemas de adicción a las drogas o al alcohol, de conducta o incluso legales. Por lo que la conformación de la dependencia se organizó de manera poco práctica y que a corto plazo presentaría problemas con ese tipo de individuos, además de que era inevitable un choque cultural entre los profesionistas y la tropa.

Así, pese a lo anterior, el proyecto continuó y se comenzaron a planear y diseñar las funciones de Comunicación Social, dentro de éstas, se establecería un programa de publicaciones internas.

Con la idea de que «la primera reacción típica de un individuo ante la noticia probablemente sea un deseo de repetirla a otra persona. -y que- esto provoca conversación, despierta más comentarios y tal vez inicia una discusión»¹; los mandos y alto mando del ejército apreciaron la necesidad de vincular comunicativamente a sus miembros para evitar la confusión diseminada por algunos Medios Masivos de Comunicación en cuanto a lo sucedido en Chiapas aquel 1994.

Por ello, como un mecanismo alternativo a las ordenanzas y comunicados

de superiores a subordinados, se comenzó a utilizar las técnicas periodísticas para comunicar puntos de vista y lineamientos doctrinales al personal militar, es decir, difundir noticias en lugar de órdenes y directivas. Así el ejército, aparte de utilizar como en antaño, las 'novedades' que era la palabra más común para describir los informes que se recibían de acontecimientos del momento, utilizó gracias a la actividad periodística de sus reporteros, «la palabra 'noticia' - que- se inventó para establecer una diferencia entre la diseminación casual de informes y el intento deliberado de reunir y preparar las últimas novedades dignas de crédito». ²

Sin embargo, para poder adecuar un producto comunicativo a las necesidades de esta institución armada fue necesario entender de cierta manera la forma de vida de lo que sería nuestro público: la tropa.

En cada soldado hay una historia, una vida marcada por la necesidad y la rigidez de un sistema que trabaja aprovechando el bajo nivel de vida del mexicano promedio. La familia del militar en suma, es una familia frágil, basada en el machismo, donde el militar dado su nomadismo, se aparta frecuentemente del hogar, por lo que en muchas ocasiones sus hijos crecen bajo la ausencia de la figura paterna.

Por otra parte, la enseñanza en el medio militar es rígida y uniforme, que en muchos de los casos el soldado aprende conocimientos en forma de repeticiones constantes y sin reflexionarlos; asimismo, se ha dado preferencia a las actividades meramente físicas que a las intelectuales, tal es el caso que los profesionistas que laboran en ese medio indistintamente son utilizados para desempeñar tareas de limpieza, carga, adiestramiento, etc., sacrificando la labor intelectual y el aporte profesional para lo que fueron según contratados.

El modo de vida dentro del ejército, tiene que ver con una «cultura» creada bajo los lineamientos de la disciplina, pero al mismo tiempo por el nivel de vida de la tropa. Este estilo de vida implica comportamientos, formas de vestir, argot y una cultura propia del militar. Por ello, la tropa acostumbrada a intercambiar información por medio de «borregos» o rumores hizo necesario establecer alguna forma de comunicación más formal, dado que:

«El intercambio de rumores es, desde tiempos inmemoriales, la forma y contenido más voluminoso de nuestras relaciones humanas, por la vía de la comunicación personal, directa y recíproca. La chismografía de cocina y el 'chiste' político se encuentran casi siempre bajo el mismo manto del anonimato en cuanto al origen de la especie difundida

«Si los rumores constituyen mensajes del tipo de 'proposiciones para creer', su difusión rebasa todo cálculo de control. Le rodea un barniz de 'confidencia', pero poniendo a salvo la responsabilidad del que la difunde en cuanto a su veracidad o falsedad».³

Por ello, las expectativas de la creación de la *Gaceta Militar* se dirigieron sobre todo a superar este tipo de comunicación informal y sustituirla por información más veraz y bajo el consentimiento de los mandos militares, con el fin de evitar la confusión y la desinformación.

No obstante los objetivos de la *Gaceta Militar*, se ven limitados por diversos rubros mas allá de la problemática de su propia cultura; en primer lugar, «la dependencia militar coloca a los países dependientes en relación de subordinación con las normas del hegemónico. Se manifiesta en el control de la potencia bélica. El principal objetivo del país dominante se concentra en una total intervención castrense, organización de los ejércitos, elaboración de doctrinas militares, control de su capacidad, formación de corrientes ideológicas, adoctrinamiento, por lo general dentro de un marco estrictamente dogmático; aliento de la actividad política de los militares... Se ha criticado, no sin fundamento, el hecho de que los ejércitos latinoamericanos sean principalmente, sistemas de control y garantías de poder hegemónico ante posibles brotes de descontento o indicios de subversión interna en los países dependientes».⁴

De esta forma la *Gaceta Militar* tenía que ajustarse a los parámetros doctrinarios del sistema y del régimen militar que a su vez son dependientes de la política internacional de los países-potencia, lo que implica que las publicaciones militares estén censuradas en temas políticos internos y más aún, tratándose de política internacional que afecte a países «amigos».

En apariencia, lo anterior es obvio, sin embargo, este hecho significó la pérdida de calidad literaria y contenido en la publicación a cambio de la transmisión de directivas y partes militares maquillados con las características de noticia. Por lo que el objetivo idóneo de la publicación que sería el de difundir noticias de importancia para los miembros de la institución, se sacrificó por el objetivo real de difundir noticias censuradas, órdenes y discursos oficialistas.

A pesar de lo desalentador que pareciera establecer un medio de comunicación sin estar presente la creatividad, la flexibilidad y la libertad de expresión, el comienzo de la *Gaceta Militar* fue de suma importancia porque «un canal formal de comunicación tiene como característica distintiva la de ser autorizado: sirve como patrón para comparar los relatos atribuidos a todas las demás fuentes». ⁵

Además, contribuyó a aliviar la enorme carga de comunicación informal, ya que, como dijimos, «el rumor es una información diseminada que proviene de fuente desconocida, una transacción colectiva cuyos componentes consisten en actividad intelectual y comunicativa. Surge cuando las personas atrapadas conjuntamente en una situación ambigua intentan dar de ella, reuniendo sus recursos intelectuales, una interpretación con sentido.

«En pocas palabras, el rumor es un esfuerzo colectivo para lograr una definición». ⁶

Sin embargo, para una dependencia oficial como lo es el ejército, su definición no se debe lograr a través de estos canales informales, sino que la creación de su imagen debe ser originada por medio de canales estrictamente formales de comunicación; como los serían las publicaciones o bien programas de radio y TV adecuados para tal fin.

Así, como parte de las actividades de comunicación formal dentro del ejército, después de la falta de recursos económicos, la *Gaceta Militar* comenzó a distribuirse en diciembre de 1995, aunque la fecha de edición del primer número fue del 15 de noviembre de 1994, además de que con anterioridad se realizaron varios números «cero».

Con la fundación de la *Gaceta Militar* como posible mecanismo de comunicación efectivo entre las tropas, ésta tomó nuevos rumbos al cesar la oleada comunicativa del conflicto chiapaneco -aproximadamente a mediados de 1995-, puesto que en su mayoría, el contenido de la publicación era sobre los acontecimientos militares de aquel estado. Así que al politizarse el asunto chiapaneco, la gaceta se reafirmó como un órgano periodístico, ya que se contaba con personal suficiente para organizarla y prepararla, así como con el visto bueno de los mandos militares de la Dirección de Comunicación Social.

Como se dijo anteriormente, el público de este producto comunicativo es el personal tropa, aunque los 16 mil ejemplares que son distribuidos en la República Mexicana no son suficientes para un contingente que supera a más de 182 mil hombres, la *Gaceta Militar* llega cuando menos a las Regiones Militares y es difundida a través de los periódicos murales de cada Unidad Militar.

Pero su alcance aún no cumple con su objetivo, ya que son pocas las manos a las que llega la gaceta y «un público es, después de todo, una unidad colectiva diferenciada, organizada por suma antes que sobre una base de uno a uno. La base colectiva para la acción ante un público altera marcadamente la atmósfera psicológica y social de la comunicación»⁷ y no la lectura de unos cuantos que llegan a tener contacto con la gaceta.

En el medio militar, por su complejidad social y cultural, además de su gran número de miembros y ubicación de las diversas Regiones y Zonas Militares implicaría un trabajo «astronómico» el realizar un estudio de nuestro auditorio. De antemano, la referencia general del término «tropa», es de un personal con bajos niveles educativos y culturales (en promedio secundaria como estudios máximos), además de que una gran mayoría proviene de comunidades marginadas: los estados de Guerrero, Oaxaca y Veracruz.

Sin embargo hay excepciones, ya que existe tropa especialista con estudios de preparatoria o incluso universitarios, como en el caso de las grandes urbes, donde profesionistas acuden a enlistarse en las tropas del ejército ante la satu-

ración o insuficiencia de empleos acordes a su carrera.

Ante esta diversidad cultural de la llamada tropa, fue difícil como profesionalista tomar la determinación de qué escribir y para quién, pero se resolvió adecuadamente dando un mayor peso a la nota informativa que al artículo y retomar algunas características lingüísticas del soldado para poder conformar una publicación acorde al nivel de estudios promedio del grueso de este personal militar. Cabe mencionar que también resultó ser una innovación en el medio militar el iniciar una publicación periódica para tropa en altas y bajas, ya que en el ejército la mayoría de documentos se escriben en mayúsculas.

Afortunadamente, en aquellos momentos (1995) en que se produjo material periodístico para la *Gaceta Militar*, se contaba con jóvenes dinámicos con estudios de periodismo y Comunicación, quienes reportearon la mayoría de las notas y el autor de esta memoria se encargó de coordinar estos esfuerzos para concretar el concepto de la *Gaceta Militar*.

Un obstáculo en la realización de la *Gaceta Militar* fue la falta de conocimientos de jefes militares en la materia periodística, sin embargo, sabiamente muchos de ellos optaron por apoyar la iniciativa de los recién ingresados profesionalistas, lo que llevó a una saludable relación militar-profesionista en ese año.

4.2 Problemas a que se enfrenta el profesionista de Periodismo y Comunicación en el medio castrense.

«Existen amplias pruebas de la forma en que las barreras a la comunicación conservan ilusiones sociales y evitan el cambio social».⁸

La frase anterior nos recuerda precisamente, que tanto histórica como doctrinariamente, el ejército por sus funciones ha mantenido cierta marginación social, ya sea porque sus bases se encuentran conformadas por estratos sociales bajos, por mantener «la discreción» en asuntos «secretos», por la rigidez de ese medio o porque simplemente en muchos momentos históricos ha sido el instrumento coercitivo o represivo de varias esferas sociales.

Por ello, el profesionista de la Comunicación -o cualquier profesionista- al «causar alta» en el instituto armado, enfrenta en primer lugar, la diferencia de valores culturales e incluso morales, ya que por su formación académica diserta de los convencionalismos y la disciplina impuesta.

En segundo lugar, en la escala jerárquica, los profesionistas titulados provenientes de instituciones escolares civiles se les otorga el grado de subtenientes (que es el menor grado dentro de los oficiales del Ejército y Fuerza Aérea) y a los pasantes grados de tropa. Por ello, el profesionista tiene que aceptar y adecuarse a la subordinación ante oficiales de mayor grado pero con menor nivel cultural e intelectual (para no generalizar, esto sucede frecuentemente).

Por las anteriores causas, el periodista además de poseer un alto sentido humanista y social, enfrenta una batalla ética y sociológica para subsistir en este medio. Cierta compañero de tropa, me hizo este comentario: «De que sirve haber estudiado la licenciatura, si aquí te pagan lo que gana un sargento

que ni siquiera terminó la secundaria o en algunos casos ni la primaria y además te dan un pésimo trato».

Asimismo, dentro de las relaciones laborales entre militares y periodistas, existe una problemática más, que puede ser ejemplificada en un extracto tomado de la revista oficial del ejército de Brasil que dice:

«Principales diferencias y prejuicios existentes entre el militar y el profesional de la prensa. El Profesional militar tiene su actividad pautada por los pilares básicos de la institución -la jerarquía y la disciplina-, se habitúa, desde los pupitres escolares, a cumplir normas dictadas por sus reglamentos, lo que vuelve a ese hombre bastante formal en sus relaciones tanto internas como externas a la Fuerza.

«El profesional de la prensa, por su parte, a pesar de estar sometido a la jerarquía existente en la empresa a la cual está vinculado y además de tener que cumplir con las normas en ella vigentes, no prosigue igual noción de disciplina y formalidad, particularmente aquellos más jóvenes, preocupados exclusivamente en obtener aquello que es producto de su trabajo: la noticia».⁹

Es decir, mientras que para el militar su razón de existir y laborar es la disciplina, la del periodista es su trabajo. Aunado a ello, en el caso mexicano, la novedad y reciente aparición de la Dirección General de Comunicación Social, ha tenido como resultado incipiente una relación aún no madura entre el profesionista de la Comunicación y el medio militar, sumándose el hecho de que realmente no existen todavía militares preparados formalmente en esta materia y mucho menos para relacionarse con los que hacen de ella su modo de sobrevivencia económica.

Para muchos militares de formación estrictamente castrense es inadmitible la posición del profesionista en Comunicación, ya que por sus funciones es evidente que tiene que ejercer su preparación académica a través del trato y socialización con los representantes de los Medios Masivos de Comunicación, por lo que es evidente que tenga una conducta más social -diferente al del

militar promedio- y en algunos casos, incluso un corte de cabello ligeramente más largo que el rapado militar y esto, aunque parecen pequeños detalles, quebranta con la disciplina impuesta a los militares.

Podemos sintetizar que tal pareciera que para muchos militares, nosotros los periodistas, de cierto modo atentamos con sus normas y sus mecanismos de reproducción social.

En este medio, la vida se nos pasa entre silbidos, toques militares, trabajos corporales fuera de nuestra preparación académica, albures y más aún, bajo las órdenes de oficiales que tienen la mentalidad de que somos civiles uniformados, que nuestro trabajo intelectual es meramente artesanal y que sólo somos personal que está de paso por el ejército.

En tanto, en el aspecto periodístico, es evidente que al no existir un proceso editorial definido, las publicaciones se marginan a temas impuestos o censurados por los jefes militares lo cual obstaculiza la labor periodística, retrasa la impresión y distribución y pierde interés el producto comunicativo.

Hund D. Wulf afirmó que: «Los medios masivos que tratan a la noticia como mercancía, no pretenden el aumento del conocimiento de sus lectores, sino tener la mayor influencia posible en su comportamiento.

«El control de la clase dominante no se limita al contenido de las noticias (mercancías), sino que adquiere mayor importancia en la manipulación de los medios, donde la intervención consciente en las técnicas de difusión constituye un acto político llevado a cabo por la misma clase dominante. La manipulación en el proceso de producción de noticias, incluye desde la elección del medio, la grabación, el corte, la sincronización, etc., hasta la distribución».¹⁰

A lo anterior, tardíamente el ejército se ha dado cuenta de la importancia de dominar, o cuando menos, influir en los Medios de Comunicación. A estas alturas, diversos son los ejércitos en el mundo que años atrás han creado una infraestructura periodística muy eficiente para llevar a cabo este cometido: servirse de la comunicación.

Para complementar lo anterior, escribe Hans Magnus Enzensberger que «el objetivo central de la 'industria de la manipulación de la conciencia', tal como se da en las sociedades hoy existentes es la explotación inmaterial. Esta consiste en imponer ciertas formas de pensar que eliminen la conciencia de ser explotado y las facultades y alternativas políticas de los individuos, para que la mayoría acepte voluntariamente la situación establecida».¹¹

A ello, las actividades en materia de Comunicación Social actualmente de la fuerza castrense van enfocadas hacia último punto, imponer con el discurso oficial o bien el hermetismo de la información en cuanto a los hechos militares, en lugar de asentar una nueva y buena relación con la sociedad civil, fundada en la objetividad y el conocimiento de la verdad de los hechos. Por lo anterior, el periodista -si existieran condiciones laborales adecuadas- debería buscar tomar el papel de asesor y orientar hacia formas más simples, más lógicas y menos coercitivas de llevar a cabo la comunicación.

Y que mejor que una apertura de la dependencia a la comunicación y la redacción de notas con objetividad que representen eficazmente el trabajo de un periodista al servicio de la patria y no de un militar jugando al periodista. Aunque sabemos que «el código de objetividad quiere emparentar al periodismo con la ciencia, haciendo creer que los juicios de valor, la ideología y la lucha de clases no interfieren en la redacción y transmisión de la información.»¹² Esta situación por razones obvias es otro de los puntos de choque entre la cultura militar y el periodismo, ya que por parte del comunicólogo uno de sus principales deberes éticos es el hacer relucir simplemente la verdad, mientras que en este entorno la verdad debe de ser maquillada para no dañar la imagen de la institución. Como resultado de ello, el periodista ante esta problemática tiene la necesidad de coquetear entre lo objetivo y el sometimiento a la «ideología militar» que no es otra cosa que el discurso oficialista.

Asimismo, el profesionista está sujeto al autoritarismo y a la llamada manipulación, entendiendo dichos conceptos de la siguiente forma:

«Autoritarismo. El medio de comunicación obedece a una dirección; desde un emisor que transmite la ideología del modo de producción capitalista

hacia un receptor que constituye una mayoría que no ve reflejada su forma de vida y sus aspiraciones. Un grupo de especialistas imponen un mensaje a un auditorio que no participa en su elaboración. El mensaje refleja la práctica social de la burguesía, jamás o raramente la práctica social del pueblo.

«Manipulación. Utilización de un lenguaje que encarcela a los protagonistas del proceso social entre dos polos irreconocibles; divide al mundo en dos esferas (los buenos y los malos) y utiliza la justificación del orden, la armonía y la tranquilidad para llamar a la represión.»¹³

De lo anterior se concluye en México, el medio militar todavía no se encuentra apto para desarrollar actividades de Comunicación Social de manera eficaz que logren una apertura a los Medios Masivos de Comunicación y una imagen positiva, pero es una interesante experiencia sin precedentes para el profesionista de la Comunicación y el contacto con la cultura de esta institución, así como el manejo de las diferentes áreas de Comunicación Social, la aplicación de mecanismos para control de prensa; sin contar, el esfuerzo por aplicarse e integrarse como un militar más.

Por otro lado, en el caso del periodismo en operaciones militares, también es un aspecto muy rescatable y de aprendizaje; por citar un ejemplo, el caso de 1994 en Chiapas, dejó entredicho serias deficiencias tanto de las instituciones gubernamentales como de los mismos Medios de Comunicación masivos; errores que en cambio fueron resueltos en otros países que atravesaron por situaciones similares gracias a una efectiva Comunicación Social entre institución y prensa, como explica la siguiente cita:

«... es importante que los periodistas entiendan claramente el contexto y los antecedentes de las operaciones militares para poder informar acertadamente sobre los éxitos en el campo de batalla o en operaciones de no guerra, permitiendo que el público se forme un entendimiento adecuado de lo acontecido.

«Con respecto a las técnicas de Comunicación Social utilizadas en la operación Uphold Democracy en Haití, se aprendió la lección importante de co-

regir los errores difundidos por la prensa mediante entrevistas con expertos. Como parte de la planificación para enfrentar los problemas previsibles, se deben identificar y preparar para enfrentar a la prensa.»¹⁴

Para finalizar este apartado enfatizaremos que el profesional de la Comunicación sencillamente se desarrollará en la medida en que el ejército como institución, realice una apertura comunicativa a nivel masivo, interinstitucional e intrainstitucional; en la medida que el ejército comprenda la necesidad de contar entre sus filas con profesionistas en la materia y valorar su trabajo de acuerdo a escalas jerárquicas e intelectuales acordes a su procedencia facultativa se podrá vislumbrar un proceso de modernización de las Fuerzas Armadas y su relación con la sociedad y los representantes de la prensa.

4.3 Problemas de edición y realización de la *Gaceta Militar*.

«De acuerdo con Gaye Truchman, la estructura de recolección informativa de una empresa periodística es una 'red' constituida mediante la distribución de los reporteros en instituciones legitimadas, capaces de ofrecer una cantidad constante de información. Así vista, la red de acopio comprende a todas las fuentes de información visitadas regularmente por reporteros y corresponsales; no hay que olvidar, por otra parte, a las agencias noticiosas a las que esté suscrito el medio.

«La red de acopio de un medio -la distribución de sus reporteros en lugares clave- se ve necesariamente afectada por la organización del sistema social en que éste se encuentra.»¹⁵

A esta red, de la que hemos citado, en el medio castrense se ha intentado implementar con la estructuración de equipos de reportaje, mismos que actualmente sólo es un nombre orgánico, ya que de manera real no existe tal grupo ante la escasez de personal por la que atraviesa la Dirección General de Comunicación Social. Sin embargo, nos hemos valido de otros mecanismos de acopio de información para ser publicada en la *Gaceta Militar* como son:

- A) La coordinación con personas interesadas en publicar en la *Gaceta Militar*, como es el caso de las Columnas de Computación, de Historia y de Cultura, en las que nuestros colaboradores nos envían la información en forma directa.
- B) De las diferentes zonas y regiones militares en el territorio nacional, también existen diversas personas que envían material para la *Gaceta Mill-*

tar que, no obstante en la mayoría de los casos no son de buena calidad, se les admite ante la falta de material informativo realizándoles una ligera corrección de estilo, pues como expresamos hace falta personal especializado en este renglón.

C) Asimismo, para la obtención de noticias que son importantes para el medio militar se realiza acudiendo al lugar donde se generan, pero como no hay realmente personal que realice esta función, el suscrito se ha convertido en una especie de «todólogo» pues reporta, edita, corrige, forma y dirige la *Gaceta Militar*, lo que resulta un problema de realización de una publicación más objetiva al estar monopolizada.

Por otra parte, «En los medios informativos estructurados como organizaciones complejas -con su división del trabajo, su jerarquía de autoridad y su sistema de reglas para normar las diferentes actividades-, procesar la información significa adecuarla a los criterios periodísticos de la organización y al formato del medio.»¹⁶ Ello implica, que necesariamente nuestra publicación esté normada y sujeta a las directivas de la institución; sin embargo, este factor disminuye la calidad de la *Gaceta Militar*, dado que no existe una apertura creativa, no existe la integración de un equipo de trabajo periodístico y no existe la versatilidad de colaboradores o reporteros.

Asimismo, en lo que se refiere a los problemas de edición, la *Gaceta Militar* está limitada económicamente al depender exclusivamente del subsidio que se le otorga, por lo que en muchas ocasiones sufre atrasos por falta de papel, tintas o incluso en su distribución.

También existe una nueva limitación, la tecnológica. Cuando comenzó la *Gaceta Militar* en 1994 se diseñó bajo paqueterías de ese entonces, así como con equipo de computación de la época. Actualmente, estos materiales ya son obsoletos y aunque no impiden la realización del trabajo, sí su retraso, ya que el equipo de computación comienza a mostrar deficiencias en cuanto a su nivel de operatividad (desgaste después de 4 años), a la compatibilidad con archivos generados en otro tipo de ordenadores y en cuanto a la demanda de una publicación acorde al actual avance tecnológico.

4.4 Propuestas de mejoramiento de la publicación.

A lo largo de este escrito se ha hecho evidente la necesidad de mejorar las relaciones laborales del profesionalista de la Comunicación en el medio laboral, lo que conlleva al favorecimiento, entre otros aspectos, del proceso de edición, contenido y presentación de la *Gaceta Militar*, ya que esta publicación interna, por tratarse de un vínculo comunicativo con los miembros de la institución armada, debiera tener mucho mayor alcance, mayor presentación y contar con un mayor número de participantes en su elaboración, para cumplir con la premisa de que «...La comunicación es interacción. Es generalmente un proceso de ida y vuelta, que entraña estímulo y reacción entre organismos y que es tanto recíproco como alternado. La reacción evocada por un comunicado se convierte a su vez en un estímulo y un comunicado por su propio derecho. De esta manera, en una serie de comunicaciones, cada una puede ser tanto respuesta como estímulo». ¹⁷ Por ello, nuestras propuestas son:

4.4.1 Realización de un análisis de mercado.

Como propuesta inicial, se requiere de la realización de un análisis de mercado, dicho de otro modo, de un sondeo entre el público militar de la *Gaceta Militar* para obtener indicadores que nos permitan saber qué tipo de información necesitan y cómo mejorarían esta publicación. Dicho sondeo rompería con el esquema unidireccional de elaboración de la *Gaceta Militar*, es decir, realizar una publicación más acercada a la realidad del soldado, que simplemente la pura transmisión de directivas y actos oficiales, por ello se concluye que «...los medios buscan sus propios pequeños públicos. Pero hablar a esos públicos, los medios tienden a dirigirse a algún punto central, a algún denominador de gusto, interés y capacidad». ¹⁸

«...Lazarsfeld y Merton preguntan cómo usar mejor los Medios de Comunicación con el público 'para avanzar hacia ciertos tipos determinados de objetivo social'. Contestan sugiriendo que la propaganda está dirigida hacia buenas y malas metas sociales, debe satisfacer una o más de tres condiciones, para ser efectiva: 1) Monopolización; 2) Canalización, más que cambiar valores, y 3) Suplementaria de comunicación cara a cara». ¹⁹ en este sentido nuestra publicación efectivamente se encuentra monopolizada bajo las directivas del Ejército y Fuerza Aérea, sin embargo, la falta de un verdadero conocimiento del pensamiento del soldado -como individuo, como persona, como integrante de familia-, obliga a la *Gaceta Militar* a saber más de su público, para poder canalizar el modo de vida del militar hacia las directivas institucionales y que mejor que la aplicación de cuestionarios sobre la opinión que tiene el militar de nuestra publicación.

4.4.2 Formación de un equipo editorial.

«A la manera de un prisma, la noticia refleja diversas facetas de hechos y situaciones. A través de ella es posible descubrir interpretaciones no sólo del suceso concreto sino también de complicadas relaciones humanas. Es prismática porque manifiesta múltiples identidades y relaciones.

«Una de sus facetas es que la noticia constituye la materia prima de la industria y el comercio del periodismo (dentro de lo que se ha dado en llamar la industria de la conciencia, en una posición crítica ante el mercantilismo y la manipulación de las formas comunicativas). Según el concepto marxista-leninista, la noticia es instrumento de penetración ideológica, de agitación y organización social y política». ²⁰ Lo anterior sugiere el mejoramiento del contenido de nuestra publicación al darle mayor proporción informativa, es decir, recopilar más noticias del acontecer militar en toda la República Mexicana y llenar los espacios de la *Gaceta* con mayor información que artículos, a los cuales les corresponden publicarse en la *Revista del Ejército y FAM*, por lógica.

Para llevar a cabo esta propuesta de realización de la *Gaceta Militar*, es necesario la formación de un equipo editorial consistente en:

- A) Un coordinador editorial responsable de la publicación quien será jefe de información.
- B) Un coordinador de corresponsales, para mantener contacto con corresponsales militares previamente seleccionados y capacitados que proporcionen información noticiosa militar de hechos sucedidos en sus jurisdicciones castrenses.
- C) Un diseñador gráfico o formador de la publicación, que además seleccione las imágenes fotográficas, si así lo requiere el texto.
- D) Un articulista que realizará la editorial de la publicación, así como artículos de interés propios para publicarse en la *Gaceta Militar*.
- E) Tres reporteros, quienes conforme a las órdenes de trabajo giradas por el coordinador editorial, realizarán notas, reportajes y entrevistas de actividades de interés para el medio militar en el área metropolitana.
- F) Un corrector de estilo que realice las modificaciones necesarias en cuanto a ortografía y redacción de los textos periodísticos.

Así, con la formación de este equipo editorial, se podrán establecer las corresponsalías en las Regiones y Zonas Militares; para ello es indispensable implementar un curso de capacitación de los corresponsales sobre aspectos periodísticos y editoriales.

4.4.3 Organización de una hemeroteca de consulta.

«Renaudot, entre otros, reproducía y elaboraba noticias para su Gazette, teniendo en cuenta como fuentes principales a los diarios europeos del siglo XVII. En las redacciones de los periódicos actuales, los directores, jefes, redactores y reporteros consultan las ediciones de la competencia para compararlas con la suya y extraer elementos de juicio sobre los sectores descuidados al encarar una noticia o establecer nuevas estrategias en el tratamiento de las fuentes tradicionales». ²¹

Esta cita nos brinda la pauta para sugerir que dentro de este plan de mejoramiento de la *Gaceta Militar* es necesario activar una hemeroteca con las revistas y publicaciones de la Armada y Fuerza Aérea de México, así como de distintas fuerzas armadas de otros países, con el fin de estar al tanto del desarrollo del sector armado a nivel internacional y también para realizar un intercambio de experiencias en la realización de publicaciones militares; asimismo nos sugiere el contactar y mantener relación con diversas instituciones a través de sus oficinas de Comunicación Social, con el fin de perfeccionar nuestro medio de comunicación interna.

4.4.4 Fomentar la libertad de expresión en las publicaciones.

La intención de mejorar la *Gaceta Militar* es proponer «...medios de Comunicación Social, es decir, medios que comuniquen pautas de comportamiento, hechos significativos, expectativas, orientaciones, que infundan un espíritu liberador llegando a las conciencias, a las esferas del conocimiento y de la conducta colectivas». ²² Este espíritu liberador, en nuestro caso, significa el incentivar la libertad de expresión en nuestro medio militar, bastante lisiada en este momento, pero es necesario ante la apertura de la Defensa Nacional hacia la sociedad y ante la nueva dinámica nacional, hacer que hasta el militar de menor jerarquía se integre, comunique, opine y se informe.

4.4.5 El equipo y la tecnología para la edición de la publicación debe ser acorde con las necesidades, magnitud y competitividad de las exigencias actuales.

«Hay ocasiones en que una institución de medio impreso debe decidirse por un formato determinado teniendo en cuenta las condiciones de disponibilidad de papel, tipo de maquinaria, etc., entre las que también puede influir el ambiente político en que se hace periodismo». ²³ Lo que ha implicado para nuestro medio en ocasiones un penoso y largo desarrollo. Si bien, en un principio, para la realización de la *Gaceta Militar* se recurría al recorte de textos y a su formación al estilo tradicional, con la adquisición de equipo de cómputo, impresoras, paqueterías adecuadas para el diseño, la *Gaceta* tuvo una época «de oro», ya que en ese tiempo «1994-1995» se contaba con material y

tecnología suficiente para realizar un buen trabajo de formación y diseño editorial, debido a que en aquel momento histórico imperaban necesidades urgentes de solucionar generadas por la propaganda del EZLN.

No obstante, actualmente cuando la institución castrense determinó que había superado el conflicto chiapaneco, desde el punto de vista comunicativo, dejó de apoyar a su organismo de Comunicación Social, por lo que el equipo y material de cómputo ha quedado obsoleto y tras funcionar por cuatro años, presenta deficiencias y problemas técnicos, por lo que la sugerencia para este problema, es la adquisición de material de cómputo actualizado, paqueterías de diseño editorial recientes, impresoras con mayor capacidad, resolución y rapidez, más aún, el nuevo equipo deberá estar conectado a la Red Internet y poseer características multimedia, que nos faciliten acceder a la información general y militar que se genera en ese medio, mientras que las bondades de contar con un equipo multimedia es para poder obtener bancos de datos e imágenes, información de enciclopedias multimedia y otros materiales que dinamicen la presentación, información y características de la publicación.

4.4.6 Inserción de publicidad.

Una forma de evitar el déficit financiero o el subsidio de la *Gaceta Militar*, que la afecta de manera directa ya que su aparición depende del presupuesto asignado a la DGCS., sería la inserción de publicidad que no afecte la imagen de la institución. Los recursos obtenidos de esta venta de espacios significaría la independización en buena medida de las arcas de la nación y además su mejoramiento en cuanto a presentación (papel, tiraje, incluso podría pensarse en publicarla a color).

Será útil además, emplear la «jerga» utilizada en el medio militar para la elaboración de artículos o incluso notas informativas, para que exista un vínculo e identidad más estrecho de la publicación con nuestro público, ya que «entendemos al periodismo como un proceso comunicacional mediante el cual se carga de significados a los acontecimientos, ideas y sentimientos ocurridos en un contexto sociocultural, con objeto de provocar una respuesta

determinada en el grupo o grupos de receptores. La tarea implica la interpretación, conforme a un criterio elegido de un repertorio muy amplio de posibilidades. En este sentido, hacer periodismo es -y valga la expresión verbal de Eliseo Verón- «semantizar las señales socioculturales que se vierten por los conductos de las fuentes de información».²⁴ También implica la tarea de crear un eficiente manual de estilo para estandarizar el empleo de la terminología militar.

4.4.7 Transmitir entre los mandos y subordinados militares implicados en la producción de publicaciones la importancia y proceso de la edición.

Para mejorar la edición de la *Gaceta Militar*, es necesario entender que «los procesos fundamentales en la producción de las noticias, son la recolección de información (newsgathering), y el procesamiento de la misma (newprocessing). El análisis de ambas prácticas en diferentes organizaciones puede ayudar a comprender algunas de las determinantes de trabajo periódico, y explicar con mayor claridad el concepto de noticia como «producto social» o como «construcción de la realidad».²⁵ Con ello, la *Gaceta Militar* podrá ser un medio mucho más informativo y dinámico de los resultados que se desprendan al analizar su proceso editorial.

4.4.8 Incluir en el proceso editorial la elaboración de órdenes de trabajo.

Con la implementación de órdenes y agendas de trabajo se puede mejorar este proceso. «Los estudios norteamericanos sostienen que la tarea de recolección de información no es completamente incierta, porque los medios no pueden confiarse a la búsqueda de noticias al azar. Se afirma que los periodistas tienen que planificar y anticipar las notas de manera rutinaria, y que si el universo de la información no es traducido en una sucesión de eventos coherentes, el ejercicio reporteril puede fallar en su totalidad. Por otro lado, se argumenta que una parte importante de la recolección de la información que los periodistas hacen es confinada a cubrir procedimientos oficiales, conferencias de prensa y eventos no espontáneos, y que muchas notas se desarrollan a

partir de 'fugas de información' y de la imitación de la cobertura de otros medios.»²⁶

4.4.9 Realizar juntas o reuniones editoriales (preproducción y postproducción).

Dentro de esta planificación, «en todos los medios informativos se lleva a cabo algún tipo de junta o reunión editorial, para decidir los temas o asuntos a los que se darán mayor atención en los ciclos noticiosos venideros.»²⁷, la realización de reuniones editoriales debieran ser pan de cada día en la elaboración de nuestra publicación militar; sin embargo, después de que se satisfagan los requerimientos de personal y equipo para la elaboración de la *Gaceta Militar* podremos pensar en juntas para su planeación y reuniones de evaluación. En ese orden de ideas, también «...ante la escasez los periodistas se ven obligados a usar su imaginación: aprenden a escribir notas por adelantado, a actualizar reportes pasados que presentarían como 'seguimientos informativos' y a guardar las noticias 'durables' para los días en que nada pasa. Si las noticias frescas son escasas, usar un nuevo ángulo o escribir notas sobre eventos futuros o sobre secuelas de eventos pasados, son recursos útiles para actualizar una información y construir una 'noticia'»²⁸, lo anterior en el caso de las reuniones de preproducción y, en el caso de las juntas de postproducción serían excelentes herramientas para evaluar el trabajo desempeñado y los objetivos cubiertos hasta el momento.

4.4.10 Profesionalización del militar en materia de comunicación y ampliación del público de la *Gaceta Militar*.

Un punto muy importante para la *Gaceta Militar* es su difusión como medio de acercamiento institución-individuos militares, pero además surge la necesidad también de ampliar ese vínculo a institución-militares-familias de militares y sociedad en general.

Lo anterior infiere ampliar las dimensiones y alcance de la publicación para lograr ser un periódico militar de interés tanto para familiares, como de apertura a la sociedad en general con la integración de artículos y notas de interés

militar, pero también con textos diversos de alcance social. Para ello se requiere, como lo mencionamos, de un eficiente equipo de periodistas.

«La comunicación institucional sólo es posible por la acción en la sociedad de los Medios de Comunicación. Para lograr la efectividad en el tiempo adecuado, es necesario contar con unas fuentes primarias de la propia institución, con una completa formación como comunicadores, y unos periodistas especializados en temas de seguridad y defensa.

«La formación de estas fuentes se puede hacer de tres maneras: 1) contando con centros propios como en Estados Unidos la escuela (DINFOS) adjunta a la organización del Pentágono. 2) la formación paulatina en el ejercicio de la función de comunicadores durante la permanencia en esos destinos (SIRPA francés). 3) la adoptada por España que forma a sus especialistas en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, con una experiencia acumulada de ocho promociones.

«El eslabón de la institución con la sociedad a través de los Medios de Comunicación es el periodista especializado. Existen, -por ejemplo en España- seminarios sobre Defensa y Seguridad para los alumnos de quinto curso de Periodismo; otros cursillos de menor duración, pero muy intensos facilitados por el Ministerio de Defensa y los Cuarteles Generales; y otros impartidos en centros y asociaciones interesados en estos temas.

«La Alianza Atlántica cuenta con una organización de oficiales de Información Pública (PIO's), repartidos por todos los Ministerios de Defensa de los países miembros. En sus oficinas reciben las previsiones de las actividades de la OTAN y estudian las notas de prensa, que han de contar con el beneplácito de los dieciséis (países miembros), para su difusión.

«En comunicación no se puede improvisar nada y mucho menos en temas donde la falta de sensibilidad por cualquiera de las partes, puede desembocar en una crisis de difícil solución.

«En una institución fuertemente jerarquizada, no basta con que los responsa-

bles de la Comunicación Social sean unos buenos especialistas; es necesario, además, que sus jefes conozcan y comprendan la importancia de su cometido, para que posibiliten y entiendan las acciones que les propongan y den las órdenes oportunas para impulsar los planes de comunicación. Estos mandos deberán asimismo definir el mensaje que quieran transmitir para que el especialista lo haga llegar a los representantes de los medios en la forma y tiempo adecuados». ²⁹

Lo anterior hace indispensable la necesidad de sensibilizar a los mandos de la Dirección General de Comunicación Social -todos ellos cuentan con estudios del área militar, pero no del área de Comunicación Social, lo que implica una doble tarea: sensibilizar y educar-, sobre la importancia de la Comunicación Social, la implementación de un proceso más dinámico y profesional del periodismo, el especializar a sus profesionales de Comunicación, en fin, modernizar la concepción que tienen sobre la tarea del periodista y su importancia para la institución.

4.4.11 Creación de la página WEB de la *Gaceta Militar* en Internet.

Para finalizar este tópico, ante la aparición de las nuevas tecnologías en comunicación como lo es Internet y el evidente surgimiento del periodismo electrónico por redes informáticas, otra propuesta es la creación de una página Web de la *Gaceta Militar*, lo cual nos permitiría ampliar nuestro público y difundir con mayor alcance la vida y cultura del militar mexicano. No sin antes también crear una base de datos que contenga un listado de los materiales periodísticos publicados en los números de la *Gaceta Militar* que se han realizado, con la finalidad de mantener un control de los mismos.

4.5 Conclusiones y expectativas.

La implementación de la *Gaceta Militar* es un suceso nuevo y peculiar para las Fuerzas Armadas y para el propio periodismo en México; aunque no tiene antecedentes directos, ni se preveía su necesidad, su nacimiento se debió a una etapa crucial en la vida nacional (los acontecimientos en Chiapas de 1994).

No obstante que la *Gaceta Militar* nace en el seno de un buen proyecto de Comunicación Social que se realizó para contrarrestar los efectos propagandísticos del EZLN en el sentido de cohesionar a los miembros del Ejército Mexicano y evitar su desinformación, lo que realmente funcionó al fomentar el nacionalismo, emitir las directivas institucionales y propiciar la cultura de la información así como su análisis, vemos que en la actualidad el proyecto ha perdido continuidad al haberse cambiado con frecuencia a los funcionarios de esta dirección, así como el éxodo de profesionistas que se han sustituido con personal proveniente de las filas militares y con muy pocos profesionistas que, debido a su novatez, tendrán que efectuar un proceso de adecuación y entendimiento del medio militar para después aportar sus conocimientos. Por lo que se debería abrir un escalafón en la orgánica del Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos para los profesionistas de la Comunicación y asegurar la continuidad de las actividades periodísticas o bien, en el último de los casos, preparar oficiales militares en el área de Comunicación Social, para que puedan desarrollar dichas actividades.

Por otro lado, el cambio constante de directores y de mandos de esta dependencia, ha generado la desunión y la falta de continuidad del proyecto inicial de Comunicación Social. Muchos de los jefes militares llegan a dirigir los departamentos de Comunicación Social por breves lapsos; pero, en ese tiem-

po manejan dicha área como si se tratara de una unidad militar más, mas no llegan a sensibilizarse sobre los fines, objetivos y actuación de la oficina y del personal profesionalista que labora, por lo que es sugerible destacar la importancia de contar con jefes civiles o militares que ya tengan experiencia en el manejo de esta área.

La necesidad comunicacional de una publicación con las características de la *Gaceta Militar* es latente e incluso indispensable porque «para el individuo en desarrollo, la comunicación con sus semejantes desempeña tres funciones fundamentales: 1) modela al mundo que le rodea, 2) define su propia posición en relación con los demás y 3) le ayuda a adaptarse con éxito a su medio ambiente». ³⁰

«La importancia de la comunicación no se concreta al individuo. Es la fuerza que permite a los grupos su cohesión. En las relaciones interpersonales desempeña funciones similares a las del cemento, del concreto, la goma, o las descargas en un campo magnético. No sólo las asociaciones de particulares dependen de la comunicación para subsistir, sino que toda organización, toda unidad industrial, todo organismo gubernamental funciona efectivamente sólo cuando se comunica con facilidad y eficiencia». ³¹

El florecimiento de la *Gaceta Militar* dependerá en buena medida de la comprensión de las necesidades de comunicación de nuestro público militar ya que «algunos estudios tienden a considerar que la comunicación entre los individuos es de igual o mayor importancia, quizá, que la comunicación entre los grupos. Aquí la comunicación -los medios según los cuales los individuos influyen uno sobre otro y reciben, a su vez, la influencia de los demás- es el 'portador' básico del proceso social». ³²

Por otra parte, hemos dejado en claro, que para poder continuar con el proyecto comunicacional de la *Gaceta Militar* y al mismo tiempo mejorar su proceso editorial es necesario el satisfacer las vacantes profesionales para poder reunir un equipo periodístico en torno a la publicación y así cerrar el «circuito» de la comunicación en donde «cuatro factores son necesarios para que funcione el proceso de comunicación. Debe existir el comunicador. Debe

existir el recipiente. Debe haber un contenido en la comunicación y, en último término, se encuentra la cuestión del efecto de la comunicación». ³³

En el caso de este último aspecto, es recomendable que nuestros mandos comprendan que lo que se intenta con una publicación no es modificar la conducta de los individuos para los fines de la institución; sino que se intenta comunicar directivas, reforzar predisposiciones y crear una imagen positiva de misma dependencia. «Aunque los técnicos en relaciones públicas se cuidan mucho de identificarse con la propaganda, arguyendo que su misión es únicamente la creación de una imagen, antes que la venta de algo, no es concebible la creación de imagen por un simple afán estético dentro de un mundo de complejas relaciones comerciales y complicadas pugnas ideológicas; de todas maneras la imagen se crea para vender algo o imponer puntos de vista y formas de comportamiento». ³⁴

Sin temor a equivocarnos, la *Gaceta Militar* ciertamente es un instrumento que una vez mejorado tenderá a evitar el rumor y poner a la luz la verdad de las especulaciones que se hacen dentro de las filas sobre diversos acontecimientos de competencia militar; es decir, se busca una comunicación más formal para contrarrestar a la comunicación informal que confunde al personal.

Asimismo, al inyectarle un contenido más informativo y social, evitaremos el aburrimiento y la pesada lectura de partes, informes o directivas militares, sin ser necesario desaparecer totalmente estas líneas políticas, sino lograr que la publicación sea más flexible.

Por consecuencia, atender el contenido y las expectativas del público es menester para efectuar el mejoramiento de la publicación.

En tanto que el retomar el proyecto inicial del funcionamiento de la Dirección General de Comunicación Social sería más viable que la experimentación o la reducción a una dependencia más del instituto armado, como si se tratase de una unidad o base militar donde las relaciones labores y el funcionamiento son meramente militares.

Asimismo pugnamos por afianzar una relación más cordial entre periodista y militar, entre profesional de la Comunicación y militar de carrera y cuando menos comunicar a nuestros mandos esta necesidad.

Por otra parte, la profesionalización del Ejército Mexicano en el marco internacional es primordial, en este aspecto, la comunicación y los profesionales de la Comunicación juegan un papel importante, ya que de ellos dependen la instauración de canales de información efectivos y acordes a los avances tecnológicos, así como el desarrollo de mejores relaciones con los demás ejércitos en el mundo. Para la *Gaceta Militar* significa el abrir opciones de desarrollo profesional y no de estancamiento a los egresados de Comunicación, para poder facilitar la creatividad y el buen desempeño de los profesionistas con el fin de lograr una publicación a la altura de las nuevas necesidades de las Fuerzas Armadas Mexicanas.

En el área de edición de la *Gaceta Militar*, como hemos visto, se han planteado las siguientes necesidades: adquirir recursos humanos y brindarles las condiciones necesarias para su desarrollo profesional en las Fuerzas Armadas, ampliar y modernizar los recursos materiales, además de plantear la posibilidad de abrir espacios publicitarios para no depender del poco presupuesto que se le ha destinado a dicha publicación. De cubrirse estas necesidades estaremos en buen camino para hacer algo de mayor calidad y mayor alcance comunicativo.

Finalmente, se han especificado una serie de propuestas que forman parte de la adecuación e intensificación de la labor periodística en la realización de la *Gaceta Militar*; profesionalización que no indica necesariamente que en la actualidad nuestra publicación no esté cumpliendo con las expectativas de un órgano de comunicación interna; sin embargo, sí evidencia la necesidad de ajustarse a mejores parámetros tecnológicos, de edición y contenido.

Para el que escribe, la labor desempeñada en la fundación de la *Gaceta Militar* es, sin lugar a dudas, una experiencia importante como egresado de periodismo. Ha significado el aprender y compartir la vida del soldado y la frialdad de la disciplina, a la par de poner en práctica los conocimientos

inculcados en aulas y solucionar muchos problemas desde técnicos hasta humanos. Ha significado el emprender una prueba que consistió en establecer y sobrellevar dos tipos de relación en la institución: como militar y como profesionista. Ahora, en el momento en que el proyecto general de la Dirección de Comunicación Social titubea, la *Gaceta Militar* continúa su paso, pero podemos afianzar aún más la pisada.

Con la instauración de la *Gaceta Militar* se han aplicado los fundamentos del periodismo aprendidos en la escuela, sin embargo la experiencia ha dejado poner al descubierto la necesidad de hacer más práctico el aprendizaje del futuro egresado de periodismo, con la integración en sus estudios de cursos de informática e Internet, además de dominar la ortografía y la redacción, herramientas que sin equivocación, le servirán en el desempeño de su carrera profesional.

Probablemente, para el Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos, el surgimiento de la *Gaceta Militar* no sea la perpetuación de este momento histórico, pero en gran medida comienza a filtrarse como parte de la cultura castrense mexicana, al fin y al cabo, lo que se intenta es proporcionar un producto comunicativo de militares para militares con el asesoramiento profesional de periodistas. Conformando así, una historia dentro de las miles de historias en la cultura de masas que «será justamente la sedimentación de formas de saber, patrones de conducta, ideologías y motivaciones, depositados en la conciencia del hombre-masa...»³⁵

Citas:

Capítulo 1.

1. Luis Alamillo Flores. Doctrina Mexicana de Guerra. SDN, México, p. 166-167.
2. Alamillo Flores. *Ibid.*, p. 176-177.
3. Alamillo Flores. *Ibid.*, p. 181.
4. Manual de Organización y Funcionamiento de la Dirección General de Comunicación Social. DGCS de la Secretaría de la Defensa Nacional, México 1994.
5. *Idem.*
6. Directiva de Comunicación Social para el Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos. EMDN. México, D.F., Dic. 1994.
7. *Idem.*
8. Reglamento Interior de la Secretaría de la Defensa Nacional, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 21 de noviembre de 1994, art. 49 bis

Capítulo 2.

1. Guillermo Michel. Para leer los medios. Ed trillas, México 1990. p. 44-45.
2. Michel. *Ibid.*, p. 236
3. Luis Alamillo Flores. Doctrina Mexicana de Guerra. SDN, México, p. 176.
4. Antonio Ramón Mimendi. Importancia de la Comunicación Social en las Fuerzas Armadas dentro del marco de la Seguridad Nacional. p. 63.
5. Mimendi. *Ibid.*, p. 64.

6. Plan de Desarrollo de Comunicación Social. SDN, 1995
7. Idem.
8. Manual de Organización y Funcionamiento del Departamento de Producción. DGCS, SDN. 1996.
9. Idem.

Capítulo 3.

1. Parámetros editoriales y de estilo para las publicaciones del Ejército. Dpto. Producción DGCS, SDN, 1996.
2. Ruta Crítica de las Publicaciones del Ejército y FAM DGCS-SDN. Dpto. Producción DGCS, SDN, 1996.

Capítulo 4.

1. S. Charles Steinberg, y Bluem A. Willian. Los Medios de Comunicación Social, p. 144
2. Raúl Rivadeinera Prada. Periodismo. Ed. Trillas, p. 45. Cita Emery, Edwain, El periodismo en los Estados Unidos. Ed. Trillas, México, 1966; p. 12.
3. Ibid., p. 77.
4. Ibid., p. 126.
5. Reed H. Blake. Una Taxonomía de Conceptos de la Comunicación. Ed. Nuevomar, Méx. D.F. 1980, p. 22.
6. Ibid., p. 34.
7. David Mortensen. La Comunicación: El Sistema Interpersonal. Ed. Tres Tiempos, Argentina, 1977, p. 162-163.
8. Steinberg, y Bluem; Op.cit. p. 19.
9. O Exército Brasileiro e os órgãos de comunicação social -Un relacionamento a ser otimizado-. Revista del Ministerio de la Defensa Nacional, 2/o. trimestre 1996, pág. 21.
10. Florence Tuossaint, Crítica de la Información de Masas, Ed. Trillas, p. 70.
11. Ibid., p. 77.
12. Ibid., p. 88.

13. Idem.
14. «La comunicación Social», Military Review. Revista del Ejército de EEUU No. 1, Volúmen LXX, Enero-Febrero. 1996. p. 13.
15. María Elena Hernández, La producción Noticiosa, Centro Universitario de Ciencias Sociales, 1990, p. 51.
16. Ibid., p. 85.
17. Steinberg, y Bluem, Op.cit. p. 24.
18. Ibid., p. 73.
19. Ibid. p. 210.
20. Rivadeinera. Op.cit. p. 56.
21. Ibid., p. 93.
22. Ibid., p. 129.
23. Ibid., p. 149.
24. Ibid., p. 197.
25. Hernández, Op.cit. p. 51.
26. Ibid. p. 58.
27. Ibid. p. 62.
28. Ibid. p. 71.
29. «Formar para informar». Pedro Brufao García, en la Revista Ejército. Revista del Ejército Español. Julio-Agosto 1997, año. LVIII, No. 682., p. 38-39.
30. Steinberg, y Bluem, Op.cit. p. 12.
31. Ibid., p. 16.
32. Ibid., p. 3.
33. Ibid., p. 4.
34. Rivadeinera, Op. cit. p. 84.
35. Antonio Pascuali. Comunicación y Cultura de Masas, Ed. Monte Avila, Venezuela, 1980, p. 86.

Bibliografía:

- A Defensa Nacional. Revista de asuntos militares y estudio de problemas brasileños. Año LXXXII, No. 772. 2/o. Trimestre de 1996. Editado por el Ejército de Brasil, publicada en portugués. Artículo «O Exército Brasileiro e os órgãos de comunicação social- um relacionamento a ser otimizado.» Wanderley Ribeiro da Silva. p.19-30.
- Alamillo, Flores Luis. Doctrina Mexicana de Guerra. Editorial de la Secretaría de la Defensa Nacional. México, 1943, 226 p.
- Blake, Reed H. Una Taxonomía de Conceptos de la Comunicación. Ed. Nuevomar, Méx. D.F. 1980.
- Directiva de Comunicación Social para el Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos. EMDN. México, D.F., Dic. 1994.
- English, Earl y Hach, Clarence. Periodismo Académico. EDAMEX. México, 1984. 361 p.
- Manual de Organización y Funcionamiento de la Dirección General de Comunicación Social. DGCS de la Secretaría de la Defensa Nacional, México 1994.
- Manual de Organización y Funcionamiento del Departamento de Producción. DGCS de la Secretaría de la Defensa Nacional, México 1996.

- Hernández R., María Elena. La Producción Noticiosa. Colecc. Estado Cultura y Sociedad. Centro Universitario de Ciencias Sociales (Universidad de Guadalajara) 1990, p. 135
- Michel, Guillermo. Para leer los medios. Ed trillas, 236, México 1990, p.
- Military Review. Revista del Ejército de EEUU. Publicada por la Escuela de Comando y Estado Mayor. No. 1, Volúmen LXX, Enero-Febrero, 1996. Edición en español.
- Mimendi, Antonio Ramón. Importancia de la Comunicación Social en las Fuerzas Armadas dentro del marco de la Seguridad Nacional. Tesis en Maestría en administración militar para la seguridad y defensa de la nación. Colegio de Defensa Nacional. México, agosto 1996.
- Mortensen, David. La Comunicación: El Sistema Interpersonal. Ed. Tres Tiempos, Argentina, 1977.
- Parámetros Editoriales y de Estilos para las Publicaciones del Ejército. DGCS, Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos, 1996.
- Pascuali, Antonio. Comunicación y Cultura de Masas. Ed. Monte Avila, Venezuela 1980.
- Plan de Desarrollo de Comunicación Social. Secretaría de la Defensa Nacional. 1995.
- Revista Ejército. Revista de las Armas y Servicios. Ed. Ministerio de Defensa, Sría. Técnica del E.M. del Ejército Español, Madrid, España. (Julio-Agosto 1997), año. LVIII, No. 682.
- Rivadeneira Prada, Raúl. Periodismo. La Teoría General de los Sistemas y la Ciencia de la Comunicación. Ed.Trillas. México, 1990. 333 p.

Ruta Crítica de las Publicaciones del Ejército y FAM. DGCS-SDN. Nov.
1996

Steinberg, S. Charles y Bluem A. Willian. Los Medios de Comunicación So-
cial. Ed. Roble, México 1972. 583 p.

Toussaint, Florence. Crítica de la Información de Masas. Ed. Trillas, 1990,
México, D.F. 94 p.

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

ANEXO: EJEMPLAR DE LA GACETA MILITAR
No. 32 DEL MES DE JULIO DE 1998.

Culminación de cursos en la E. S. G.

En punto de las 1000 hrs. del 25 de julio del presente año, el Subsecretario de la Defensa Nacional, Gral. de Div. DEM. Jaime Contreras Guerrero, acompañado de distinguidas personalidades, encabezó la ceremonia de graduación del Curso de Mando y Estado Mayor General, 66/a. Promoción, 23/a. Promoción del Curso de Mando y Estado Mayor Aéreo, 13/a. Antigüedad del Curso Superior de Guerra y 2/a. Antigüedad del Curso Básico de las Armas y Servicios.

Después de realizar los honores correspondientes a nuestro lábaro patrio, el Gral. Bgda. DEM Gerardo Clemente Ricardo Vega García, se dirigió al personal de Jefes y Oficiales graduados y público en general, con las siguientes palabras:

"Hoy, tienen en su poder las escuadras de la técnica profesional militar, los cordones y la placa de Estado Mayor, veanse y aprecien esta filosofía contenida en tanto esfuerzo y

"Esta escuela les dio el temple y carácter; les deseamos éxito con el ejemplo de nuestro Alto Mando egresado de este plantel; les pedimos vocación para continuar validando el apotegma de "Saber más para servir mejor" a México, a sus instituciones, a nuestras Fuerzas Armadas y a ustedes mismos".

Acto seguido, el Subsecretario de la Defensa Nacional entregó diplomas, gafetes, certificados, títulos, placas y cordones de Estado Mayor, al personal de Jefes y Oficiales que culminaron satisfactoriamente sus estudios, así como a los becarios de los Ejércitos de Colombia, Guatemala, Nicaragua, Corea y Estados Unidos que realizaron sus estudios en este plantel.

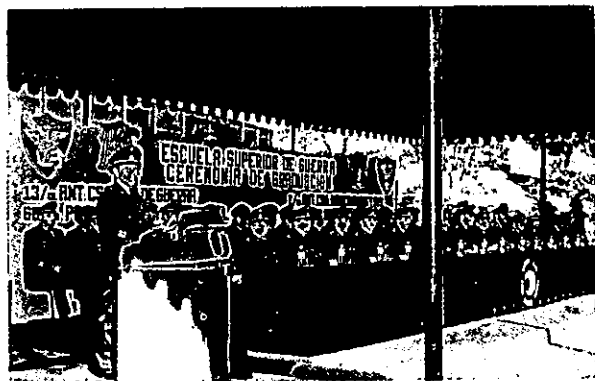
Por su parte, los Coronel Hugo Ramírez Postina y Benjamín Vega Junior, agregados militar naval y aéreo y de defensa, ambos de la hermana República de Colombia en nuestro país, respectivamente, entrega-



El Gral. Div. DEM. Jaime Contreras Guerrero, Subsecretario de la Defensa Nacional, presidió la ceremonia de graduación de la Escuela Superior de Guerra.



El Gral. Bgda. DEM. Gerardo C. Ricardo Vega García, Subjefe de Doctrina Militar del E.M.D.N. expresó las palabras alusivas al acto.



A nombre del personal graduado, el Cap. 2/o. Admón. DEM. Witman Pérez Cuevas, se dirigió al público presente.

mantenida por ustedes, es el signo de toda una esperanza, de toda una doctrina que tiene que fructificar y a la que ustedes, tienen que consagrar lo mejor de su vida.

ron un presente al primer lugar del Curso de Mando y Estado Mayor General. Cap. 2/o. Admón. DEM. Mario Gerardo García Urbina.

A nombre del personal graduado, el Cap. 2/o. Admón. DEM. Witman

Pérez Cuevas, se dirigió al público con las siguientes palabras:

"Hoy, la Escuela Superior de Guerra se congratula con nuestros instructores quienes después de un profundo esfuerzo, dedicación, entusiasmo y con una verdadera convicción de la trascendencia que nuestros estudios representan, nos enseñaron todo lo que estaba a su alcance y más; para que nosotros llegáramos a una meta más en nuestra carrera militar, no la última, pero tan importante como cada reto que nos hemos fijado.

"Mi General Subsecretario, tenga la plena seguridad que el esfuerzo que

se ha orientado hacia este, nuestro plantel, será vastamente fructífero con resultados palpables desde el mismo instante que iniciemos labores en nuestros nuevos destinos, aportando los conocimientos y virtudes desarrollados."

Para finalizar el evento, se rindieron los honores correspondientes al Subsecretario de la Defensa Nacional, Gral. Div. DEM Jaime Contreras Guerrero, quien después de presidir la ceremonia, abandonó el lugar, donde no podía faltar la esperada interpretación de las clásicas "Golondrinas".

Editorial

Directorio

Consejo Editorial

Gral. Div. DEM. Juan Heriberto Salinas Altamirano
Jefe del EMDN.

Gral. Div. DEM. Fausto Manuel Zamorano Esparragoza
Dir. Gral. de Educación Militar.

Gral. Bgda. DEM. Gerardo Clemente Ricardo Vega García
Subjefe de Doctrina Militar del EMDN.

Gral. Brig. DEM. Jorge Alberto Cárdenas Cantón
Director General de Comunicación Social.

Gral. Brig. DEM. Carlos Demetrio Gaytán Ochoa
Jefe de la S-9 (Doctrina Militar) EMDN.

Gral. Brig. DEM. Alberto Martínez Herrera
Jefe de la S-11 (Educ. y Cultura) EMDN.

Cor. Inf. DEM. Efraín Martínez Guzmán
Jefe de la S-7 (Relaciones Públicas) EMDN.

Cor. J.M. y Lic. Gabriel Sagrero Hernández
Jefe de la S-8 (Jurídica) EMDN.

Formación: Dirección General de Comunicación Social, SDN.
Subdirector de Comunicación Social: Tte. Cor. Ar. DEM. Francisco Aguilar Irujo.
Jefe del Departamento de Producción: Tte. Cor. Ar. DEM. Eduardo León Trujillo.
Oficina de Formación: Tte. Cde. Inf. Carlos Ramón Rojas Guzmán.
Coordinador Editorial: Sgo. 2/a. Esc. Alejandro Márquez Glaz (P. Lic. Periodismo y C.).
Colaboradores: Cap. 2/a. Cab. Luis Espino Alcaraz, Snte. Aux. Ofc. M. del Carmen Quintana Espinoza, Snte. Aux. Ofc. Nora Lilia Gómez Acevedo, Sgo. 1/a. S.D. José Luis Hernández Lozano, Sgo. 1/a. Asst. Esc. Toray Díaz León, Sgo. 1/a. Asst. Esc. Lourdes Claudia Licón Mitchell, Sgo. 1/a. Asst. Esc. M. Alejandra Roldán Gómez.
Fotografía: Sgo. 2/a. Fot. Rubén Castro Vélez.
Impresión: Taller Autográfico del EMDN.
Certificado de licitud y contenido en tránsito ante la Secretaría de Gobernación.
Los conceptos vertidos en los artículos publicados en esta Gaceta manifiestan el criterio de sus autores.
Registrado como artículo de 2/a. Clase ante la Dirección General de Correos.
Se autoriza la reproducción parcial o total de los artículos mencionados en el presente.



La participación de la Secretaría de la Defensa Nacional en el Programa Nacional de Reforestación, ha sido de gran valor, al exterior nuestra Institución, realiza cuatro tareas fundamentales: la producción de árboles, forestación y reforestación; apoyo en la extinción de incendios forestales, así como vigilancia y cuidado de nuestros bosques.

Al interior, del Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos realizan actividades para la preservación y mejoramiento del medio ambiente, mediante el tratamiento de desechos orgánicos, para la producción de composta, así como la operación y mantenimiento de plantas tratadoras de aguas residuales y sobre todo consolidando en los miembros del Ejército Mexicano una cultura que permita valorar en toda su magnitud las riquezas ecológicas de nuestro entorno para comprometerse en su seguridad y conservación.

Esta Secretaría ha construido en diferentes instalaciones militares 41 viveros de alta producción, administrados por personal militar especializado en dicha tarea. En estos viveros en la presente administración se han producido 582'986'012 millones de plantas, para contribuir al desarrollo ecológico sustentable del país, al concluir la presente administración la meta es la de haber producido un millón de plantas.

La producción masiva en los viveros ha permitido que desde el inicio del programa se hayan plantado más de 208 millones de árboles, tan sólo en el año de 1997 el Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos plantó 80 millones de árboles en una superficie de 44 mil hectáreas, para el presente año el compromiso es de 100 millones de arbolitos sobre una superficie de 122 mil 939 hectáreas. Cada árbol que se siembra se convierte en un centinela para garantizar el ecosistema, la pureza del ambiente y un clima más benévolo y saludable para los mexicanos.



El soldado es por principio de cuentas alguien a quien se reconoce de lejos.

Disciplina

Cap. Vo. A. B. Fernando Castillero Cariño

Un Ejército sin disciplina está condenado al fracaso, para adquirir un buen adiestramiento se necesita disciplina, pero no únicamente la que mediante normas sujeta la conducta de los militares y tiene como base la obediencia y un alto concepto de la justicia y moral; también la disciplina del cuerpo, la cual se obtiene mediante normas, que finalmente lo llevarán a filosofar sobre las virtudes que debe desarrollar para convertirse en un excelente Soldado y combatiente.

El Ejército Mexicano no es la excepción, sin embargo es tarea de los comandantes hacer que las tropas se mantengan físicamente, de tal forma que se convierta en una tradición que perdure por siempre, para que nuestro pueblo distinga desde lejos, la disciplina corporal de un Soldado.

El cuerpo erguido que refleja el orgullo y dignidad; cara levantada que denota seriedad y fortaleza de espíritu; su mirada serena, compasiva, sencilla pero al mismo tiempo de osadía y coraje; paso firme, reflejo de seguridad y fuerza acompañado por el poder de sus brazos; al estar en contacto con el pueblo, afloran sus virtudes que lo acompañan, humildad, honestidad, amor a la patria, a su pueblo, valentía; todo lo que el Soldado debe mostrar para ser querido, confiable y eficaz en el combate.

Michel Foucault no se equivocó al describir la disciplina corporal de un Soldado desde el siglo XVII y que hasta nuestros días, es preocupación de todo comandante para el éxito de sus funciones, por lo cual la conceptúa y analiza de la siguiente manera:

"El Soldado es por principio de cuentas alguien a quien se reconoce de lejos. Lleva en sí unos signos, los signos naturales de su vigor y valentía, las marcas también de su altivez; su cuerpo es el blasón de su fuerza y de su ánimo; y si bien es cierto que debe aprender poco a poco el oficio de las armas esencialmente batiéndose, habilidades como la marcha, actitudes como la posición de la cabeza, dependen de buena parte de una retórica corporal del honor: los signos para reconocer a los más idóneos en este oficio son los ojos vivos y despiertos, la cabeza erguida, el estómago levantado, los hombros anchos, los brazos largos, los dedos fuertes, el vientre hundido, los muslos gruesos, las piernas flacas y los pies secos;

porque el hombre de tales proporciones no podrá dejar de ser ágil y fuerte.

Llegando a piquero, el Soldado deberá, al marchar, tomar la cadencia del paso para tener la mayor gracia y gravedad posibles; porque la pica es un arma honorable que merece ser llevada con gesto grave y audaz".

Para la segunda mitad del siglo XVIII, el Soldado se ha convertido en algo que se fabrica; de una pasta sin forma, de un cuerpo inepto, se ha hecho la máquina que se necesitaba; se ha corregido poco a poco las posturas, lentamente una coacción calculada recorre cada parte del cuerpo, lo domina, pliega en conjunto, lo vuelve perpetuamente disponible y se prolonga, en silencio, el automatismo de los hábitos; en suma, se ha expulsado al campesino y se le ha dado el aire de Soldado, se habitúa a los reclutas a llevar la cabeza derecha y alta, a mantenerse erguido sin encorvar la espalda, a adelantar el vientre, a sacar el pecho y meter la espalda y al fin de que contraigan el hábito, se les dará esta posición apoyándolos contra la pared, de manera que los talones, las pantorrillas, los hombros y la cintura toquen a la misma, así como el dorso de las manos, volviendo los brazos hacia afuera, sin despegarlos del cuerpo...se les enseñará igualmente a no poner jamás los ojos en el suelo, sino a mirar osadamente a aquellos ante quienes pasan, a mantenerse inmóviles aguardando la voz de mando, sin mover la cabeza, las manos ni los pies...finalmente a marchar con paso firme, la rodilla y el corvejón tensos, la punta del pie apuntando hacia abajo y hacia afuera.

Ha habido, en el curso de la edad clásica, todo un descubrimiento del cuerpo como objeto y blanco de poder. Podrían encontrarse fácilmente signos de esta gran atención dedicada entonces al cuerpo que se manipula, al que se da forma, que se educa, obedece, responde, se vuelve hábil o cuyas fuerzas se multiplican.

En estos esquemas de docilidad, que tanto interés tenían para el siglo XVIII, ¿qué hay que sea tan nuevo? No es la primera vez, indudablemente, el cuerpo constituye el objeto de interés tan imperioso y tan apremiante; en toda sociedad el cuerpo queda prendido en el interior de poderes muy ceñidos, que te imponen coacciones, interdicciones u obligaciones. Sin embargo, hay varias cosas que son nuevas en estas técnicas.

Continúa en la página 4



A los métodos que permiten el control minucioso de las operaciones del cuerpo, que garantizan la sujeción constante de sus fuerzas y les imponen una relación de docilidad-utilidad, es a lo que se le llama «disciplina».

Disciplina... Continúa de la pág. 3.

En primer lugar, la escala del control; no estamos en el caso de tratar el cuerpo, las masas, en líneas generales, como si fuera una unidad indisoluble, sino de trabajarlo en sus partes, de ejercer sobre él una coerción débil, de asegurar presea a nivel mismo de la mecánica; movimientos, gestos, actitudes, rapidez en el cuerpo.

A continuación, el objeto del control; no los elementos o ya no los elementos significantes de la conducta o el lenguaje del cuerpo, sino la economía, la eficacia de los movimientos, su organización interna; la coacción sobre las fuerzas más que sobre los signos; la única ceremonia que importa realmente es el ejercicio, la modalidad, en fin, implica una coerción ininterrumpida, constante que vela sobre los procesos de la actividad más que sobre su resultado y se ejerce según una codificación que reticula con la mayor aproximación el tiempo, espacio y movimientos. A estos métodos que permiten el control minucioso de las operaciones del cuerpo, que garantizan la sujeción constante de sus fuerzas y les imponen una relación de docilidad-utilidad, es a lo que se puede llamar «disciplina».

Muchos procedimientos disciplina-rios existen desde tiempo atrás, en los conventos, ejércitos, talleres, pero la disciplina ha llegado a ser en el transcurso de los siglos XVII y XVIII una fórmula general de dominación, distinta de la esclavitud, puesto que no se

funde sobre una relación de apropiación de los cuerpos, es incluso elegancia de la disciplina prescindir de esa relación costosa y violenta obteniendo efecto de utilidad tan grande por lo menos. Distintas también de la domesticidad, que es una relación de dominación constante, global, masiva, no analítica, limitada y establecida bajo la forma de la voluntad singular del amo o su capricho. Distintas del vasallaje.



En la medida en que el hombre soporte el dolor, la fatiga, el sufrimiento en sí, no es más que el reflejo de la calidad de sus virtudes y disciplinas

Que es una relación de sumisión extremadamente codificada, pero lejana que atañe menos a las operaciones del cuerpo que a los productos del trabajo y a las marcas rituales del vasallaje.

Momento histórico de las disciplinas es el momento en que nace un arte del cuerpo humano, que no tiende únicamente al aumento de sus habilidades, ni tampoco hacer más pesada su sujeción, sino a la formación de un vínculo que en el mismo mecanismo, lo hace más obediente cuanto más útil y al revés. Fórmase entonces una política de las coerciones que constituyen un trabajo sobre el cuerpo, una manipulación calculada de sus elementos, de sus gestos, de sus comportamientos. El cuerpo humano entra en un mecanismo de poder que lo explora, lo desarticula y lo recompone.

Una anatomía política que es igualmente una mecánica del poder está naciendo, define como se puede hacer presa en el cuerpo (en términos económicos de utilidad) y disminuye esas mismas fuerzas (en términos políticos de obediencia). En una palabra: disocia el poder del cuerpo, de una parte hace de este poder una «aptitud», una «capacidad» que trata de aumentar y cambiar por otra parte la energía, la potencia que ello podría resultar y la convierte en una relación de sujeción estricta.

La invención de esta nueva anatomía política no se debe entender como una multiplicidad de procesos con frecuencia menores, de origen diferente, de localización diseminada, que coinciden, se repiten o imitan, apoyan unos sobre otros, se distinguen según su dominio de aplicación, entran en convergencia y dibujan poco a poco el diseño de un método general. Una observación minuciosa del detalle y a la vez una consideración política de estas pequeñas cosas, para el control y la utilización de los hombres, se abre paso a través de la época clásica. Llevando consigo todo un conjunto de técnicas, todo un corpus de procedimientos y de saber, descripciones, recetas y datos; y de estas frusterías ha nacido el hombre del humanismo moderno.

En la medida en que el hombre soporte el dolor, la fatiga, el sufrimiento en sí, no es más que el reflejo de la calidad de sus virtudes y disciplinas.

Bibliografía
Michel Foucault. *Ugular y Castigar*.
Edit. Siglo XXI

Reflexiones

Sgto. 1/º. de Cab. Francisco Cuenca Fuentes

Cuando tenía diez años y veía pasar a los soldados montados en caballos, sentía un gran impulso de ser igual que ellos, pero mis padres decían que era un trabajo muy pesado... y así crecí con las ganas de ser militar algún día.

Al cumplir los 17 años de edad decidí darme de alta, ingresé al Ejército Mexicano en un Regimiento de Caballería Motorizado, iniciando así mi carrera como Soldado del Arma de Caballería.

Ahora, soy militar y como muchos otros compañeros más, he pasado por todas las satisfacciones, sacrificios y esfuerzos que nuestro trabajo nos obliga a cumplir, porque me gusta y porque deseo cumplirle a mi país.

En el transcurso de mi carrera he tenido una serie de experiencias con mis compañeros, donde en ocasiones, las cosas marchan mal pero siempre he estado satisfecho porque este fue el trabajo que escogí.

Sin embargo, las cosas cambian de repente al participar en un enfrentamiento; al ver morir a un amigo a mi lado y la impotencia de no poder hacer nada por impedirlo, me dio la impresión de que no somos nada, de saber que en cualquier momento podemos morir y todo se acaba.

En ese momento sentí temor de saber que tal vez no volvería a ver a los míos, pero recordé las enseñanzas de mi Comandante quien decía «ser Soldado es un orgullo para nosotros y nuestras familias, porque tenemos valor y sabemos entregar la vida por la patria y es por eso que no debemos morir tan fácilmente».

Sentí en ese momento el espíritu de sobrevivir aplicando los conocimientos del continuo adiestramiento que he recibido; entonces me di cuenta que la muerte es mi inseparable compañera y que sólo espera un momento de descuido para llevarme de la mano.

Lo aprendido en los campos de adiestramiento, me dan los conocimientos suficientes para salir triunfante de esta prueba, esta es una experiencia más en mi carrera como militar. Experiencia un tanto amarga pero que al final de cuentas me proporcionó un conocimiento.

Al pasar tanto tiempo alejados de nuestras familias, a veces meses enteros, sin verlos, ni poderles hablar, nos damos cuenta de que tienen un valor incalculable, que no se compara con nada en este mundo.



"Mi fusil y lo aprendido en los campos de adiestramiento, me dan la fuerza suficiente para salir triunfante de esta prueba, esta es una experiencia más en mi carrera como militar."

Ellos como nosotros sufren al saber que sus hijos salen con frecuencia, pero no saben si volverán y ruegan pidiendo a Dios nos traiga con bien, su sufrimiento es tan grande como el de nosotros al despedirnos, pero yo como

hombre y como militar que soy, debo cumplir con mi deber y sólo me queda decirles madre, padre, les juro que volveré.

Al reflexionar sobre mi situación en el Ejército, me doy cuenta que mis esfuerzos no han sido en vano y con mucho orgullo puedo decir que he ganado una batalla, porque mucho me ha costado ser Sargento de Caballería



LOS TEJEDORES DE GUALUPITA

Sgo. I/o. Aux. Esc. Ma. Alejandra Roldán Gómez

Hace algunos días comenzó la época de lluvia, que coincide con la segunda parte del año y también, es el momento de comenzar a prevenimos contra las inclemencias del tiempo que son características de la temporada otoño-invierno.

Para quienes gustan de la ropa de lana que es sumamente caliente y muy apropiada para los meses restantes del año, en esta edición hablaremos de un lugar llamado Gualupita.

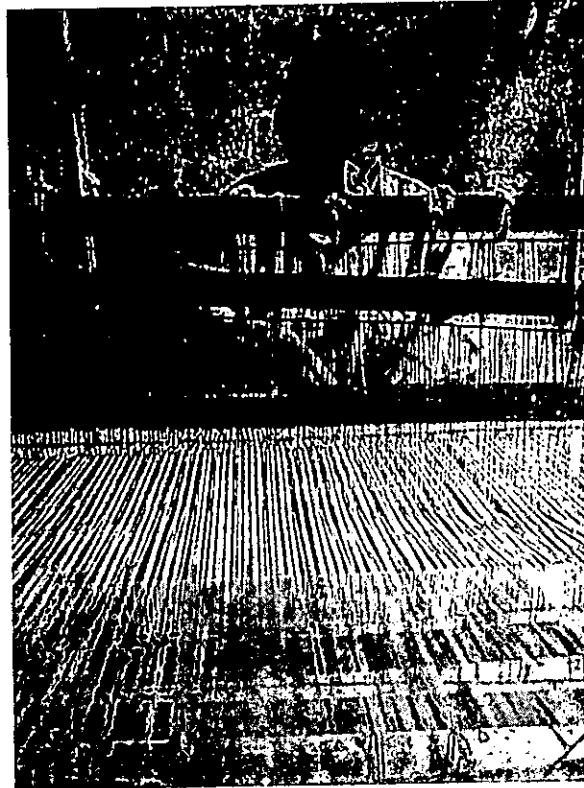
En Guadalupe Yancuictlalpan en el Estado de México, «tierra nueva» de la Virgen de Guadalupe, los tejedores de lana trabajan al compás de un tiempo que los aleja de sus tradiciones.

Cuentan que hace muchos años, una familia de origen desconocido, llamada Tizoc, pasó por estas tierras rumbo a la gran Tenochtitlán, pero les gustó tanto el lugar que decidieron establecerse en él.

Los habitantes de Santa María Coaxtluzco, un pueblo cercano, se incomodaron con la presencia de los nuevos pobladores y mandaron quemar sus chozas. Los Tizoc, pese a ser afectados, pacientemente volvieron a edificar sus casas que de nuevo fueron arrasadas por el fuego, ante estos ataques los moradores del naciente pueblo decidieron traer una imagen de la Virgen de Guadalupe para que les protegiera de las desgracias. Desde ese día, los de Santa María no volvieron a molestarlos y como pago al favor recibido los moradores del pueblo decidieron llamarlo Guadalupe Yancuictlalpan, mejor conocido como «Gualupita», nombre cariñoso con el que los lugareños llaman a su santa patrona.

Gualupita no es tierra para sembrar, es tierra de artesanos, desde hace doscientos años cuando sus habitantes se cansaron de trabajar para otros y decidieron crear su propio modo de sobrevivencia.

Se dice que hace muchos años un viejo llegado de tierras lejanas, les enseñó a los habitantes de Gualupita el oficio de tejer la lana y les mostró la importancia de aprender a crear. El ingenio y el tesón de los guadalupanos



El telar es un instrumento mágico que se mueve rítmicamente dejando tangible el resultado de sus ires y venires.



La lana se compra cruda y sucia y se lava con zanacoche u ochichicamol.

hizo el resto, creando industrias familiares en donde todos trabajaban desde el más pequeño hasta el más viejo.

Actualmente en Gualupita ya no quedan más que unos cuantos descendientes de aquellos tejedores de lana que amaban su oficio. Los tiempos modernos han irrumpido para acabar con la tradición; sin embargo, afortunadamente aún quedan algunos artesanos que sostienen viva la tradición, aunque han visto perecer la herencia artesanal ante los títulos de abogados y doctores que actualmente se ostentan en las paredes de sus casas.

Para elaborar una prenda de lana, hay que seguir una serie de pasos que conforman un trabajo agotador que implica lavar, limpiar, cardar, hilar y tejer la lana.

La lana que se compra cruda y sucia se lava con zanacoche u ochichicamol, yerbas de la zona que logran cortar la grasa. Luego de secar al sol durante varios días, se escarmena o «se le quita la espina»; es decir, se limpia de ramas, insectos y de toda basura que tenga enredada.

El siguiente paso es el teñido, que se realiza mediante procesos modernos y con tintes industriales, anteriormente se hacía con extractos naturales, que poco a poco desaparecieron del mercado, hasta dejar su lugar a tinturas sintéticas.



Los tejedores de Gualupita elaboran sofisticados tejidos producto de su creatividad.

Cardar es el paso en donde la lana deja de ser una bola de enredijos y se convierte en una suave textura acolchonada, de porosidad uniforme.

Los artesanos todavía conservan sus antiguas tablas de cardar, que son como dos enormes cepillos con púas de alambre, entre las que se aprisiona la lana y se jala repetidas veces, hasta desaparecer la bola informe y dejar un delgado colchón, listo para hilarse.

Hilar tiene gran ciencia, pues es justo aquí donde la lana adquiere su fuerza. De torcerla bien, durante esta etapa, depende la consistencia, el grosor y la resistencia del hilo. El hilado requiere días y hasta meses de trabajo. Es una labor minuciosa, en la que mucho tiene que ver la experiencia, incluso hay artesanos que se especializan como hiladores, así como hubo cardadores. Aunque hay quienes sólo tejen y compran el hilo en madejas.



Las prendas elaboradas en Gualupita son de alta calidad.

Después de hiladas, las madejas se vuelven a lavar y se ponen al sol, ya secas, se puede empezar a tejer, desde unos guantes o un gorro hasta la cobija o el gabán más sofisticados.

El telar es un instrumento mágico que se mueve rítmicamente, como las cuerdas de un piano, para deleite inmediato de quien escucha, pero con la diferencia de que el telar deja tangible el resultado de sus movimientos, de sus ires y venires, de su sorda disponibilidad a fatigantes horas de trabajo, desde el amanecer hasta el atardecer. Esas cuerdas no son más que el sostén de la lana, que de tanto lavarse, se ha vuelto más blanca y pura que las mismas cuerdas. Suben y bajan los lienzos recién elaborados, con figuras casi mitológicas que salen al paso de la imaginación y de las manos de los artesanos de Gualupita. La fuerza del hombre convertida en arte y cuyo destino es otro hombre u otra mujer.

En Guadalupe Yancuictlalpan el artista sabe lo que es y las alabanzas se reciben con modestia y seguridad. Los artesanos valoran y conocen de sobra sus méritos.

El trabajo elaborado por estos artesanos se expone en el mercado de los sábados y domingos en Gualupita y los martes en Santiago Tianguistengo, pueblo contiguo.

Los guadalupanos, gente tan valiosa como su trabajo, busca construir un lugar para vivir y heredar a los hijos de los hijos.

La calidez de la gente de Gualupita nos abre las puertas al producto de su trabajo diario y nos recuerda que la dignidad y la paciencia de los Tizoc aún persisten en estas tierras ganadas a pulso con el empeño fiel de sus moradores, sin dejar de lado la «ayudadita» que la Virgen de Guadalupe, Gualupita, ofreció a quienes llegaron de lejos buscando un porvenir.

Para llegar a Gualupita uno puede tomar la autopista número 15 a la ciudad de Toluca y a la altura de Ocoyoacac continuar por la carretera federal rumbo a Santiago Tianguistengo.

De esta manera amigo lector si usted está interesado en adquirir algunas prendas de lana para los próximos meses de invierno, sería muy conveniente que se de tiempo para visitar el tianguis de Gualupita, en donde estamos seguros que encontrará algo de su agrado y podrá tener la certeza de que será un producto de alta calidad ya que fue elaborado por las manos expertas y el corazón de nuestros grandes artesanos mexicanos.

Parque Nacional "El Veladero"

Campaña de Reforestación 1998



Más de 6 mil cadetes (femeninos y masculinos) reforestaron el Parque Nacional "El Veladero" en Acapulco, Gro.



El Dr. Ernesto Zedillo Ponce de León, Presidente de México, acudió hasta el Parque Nacional "El Veladero", para presidir el inicio de la Campaña de Reforestación 1998.

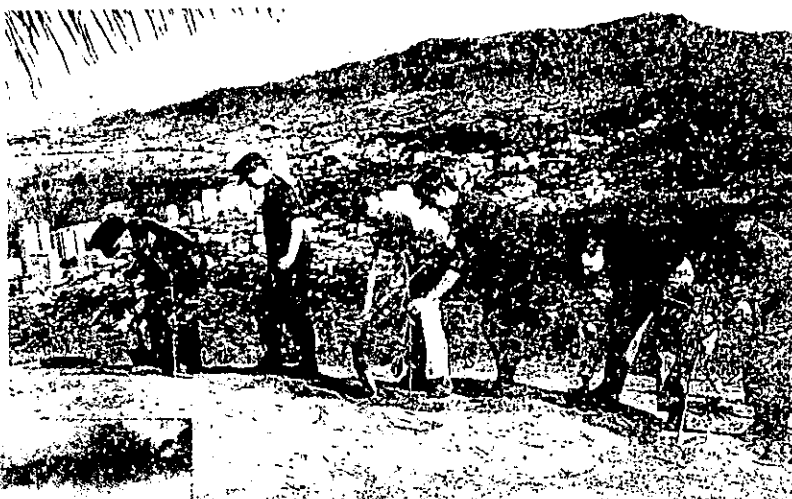


El Gral. de Div. DEM. Fausto Manuel Zamorano Esparza Director General de Educación Militar, informó al Presidente de la República, el total de árboles que los cadetes tienen como meta plantar en el parque nacional "El Veladero", la cual asciende a la cantidad de 6'000,000.



Más de 1,200 árboles por cadete, fueron sembrados durante los 15 días que duró la Reforestación en esta reserva ecológica.

El Presidente de México, Dr. Ernesto Zedillo Ponce de León, el Secretario de la Defensa Nacional, General Enrique Cervantes Aguirre y el Gobernador del estado de Guerrero, Ángel Heladio Aguirre Rivero, sembraron un árbol en el Parque Nacional "El Veladero".



Las jornadas de trabajo fueron de 12 horas diarias bajo el calcinante sol de Acapulco, Gro.



Momentos en que el Alto Mando del Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos planta un árbol en el principal pulmón natural de la Bahía de Acapulco, Gro.

El Comandante Supremo de las Fuerzas Armadas se despidió de las Cadetes de la Escuela Militar de Enfermeras.



Parque Nacional "El Veladero"

Campaña de Reforestación 1998

La evolución de la educación militar en México

Desde siempre, la educación militar ha sido fundamental en la organización de los ejércitos del mundo, por muy sofisticados que sean los medios empleados para educar, el reconocimiento que siempre reciben está enfocado en la aptitud y destreza de sus hombres, características adquiridas con disciplina y educación, factores primordiales en la formación de los soldados.

El Sistema Educativo Militar, a través de sus planteles y cursos, ha jugado un importante papel en la vida castrense, sobre todo al analizar las aspiraciones y deseos de aprender de los jóvenes mexicanos en las áreas donde gozan del privilegio de servir al país.

Al adentrarnos en el amplio panorama que nos ofrece el libro «La Evolución de la Educación Militar en México», obra editada por la Secretaría de la Defensa Nacional, podemos conocer la esencia del Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos, además de adentrarnos en el origen, motivaciones y fines de la educación militar.

Los historiadores Sara Razo Parra, Ma. Guadalupe L. de la Fuente Salido, Virginia González Claverán, Dorothy Tanck de Estrad, Juan Ortiz Escamilla, Anne Staples, M. Teresa Bermúdez Bañuelos, Martha L. González Ayala, Milada Bazant y Adrián Montero Palma, nos conducen en este interesante recorrido dividido en 12 capítulos, mismos que a partir de este número serán tratados en esta publicación.

La educación militar del México antiguo:

Sara Razo

De acuerdo con la historiadora Sara Razo, autora de este capítulo, la educación surgió hace más de 2,000 años, sus prácticas de sobrevivencia fueron la base de este proceso. Al diseñar las herramientas necesarias para la cacería, creó las primeras armas para su defensa; sin embargo, este proceso fue lento ya que se desarrolló simultáneamente durante el cambio en el modo de subsistencia.

Pero es a partir del periodo de transición de cazador-nómada, cuando se considera que surgió la vida urbana como tal, lo que permitió al hombre primitivo desarrollar un alto nivel de vida y además, organizarse política y religiosamente para tener un control en la sociedad. Esta organización evolucionó con los años, perfeccionando su

modo de subsistencia y por supuesto su organización militar.

La cultura Olmeca, es considerada como una de las primeras en tener una organización castrense, los «hombres de la tierra de hule» se educaban y preparaban para actuar como guardianes, centinelas o simplemente para participar en las guerras. Muestra de que la educación militar era una actividad permanente y concreta, son las monumentales cabezas Olmecas sin cuerpo, todas viendo hacia una misma dirección.

Pese a sus costumbres, la educación militar de los Olmecas está relacionada con la cerámica, materias primas, semillas y otros productos.

Sin embargo, a pesar de que este tipo de educación militar no llegó a ser una institución totalmente organizada, ya que carecía de fortificaciones defensivas, se puede afirmar que desarrollaron una educación e instrucción militar propiamente dicha.

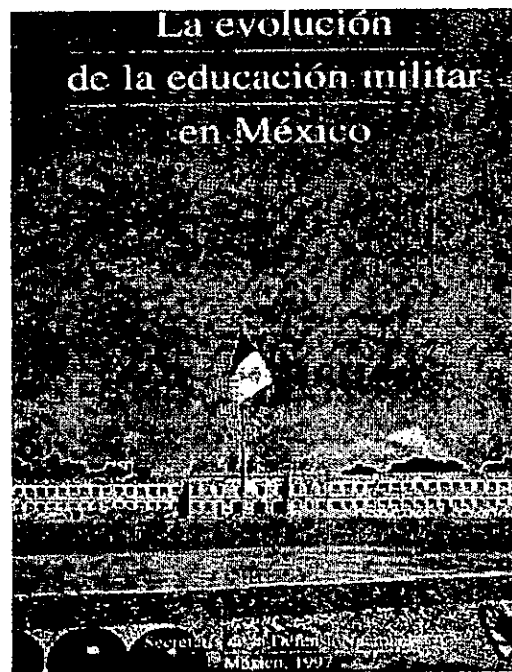
Por otro lado, los Teotihuacanos estaban organizados socialmente de una manera compleja, integraban una comunidad en donde la familia, el barrio y la unidad de barrios eran la base del grupo. Los barrios estaban integrados por tres grupos: mercaderes, militares y sacerdotes, éste último era el más importante.

A pesar de que los militares eran los segundos de esta organización, ocupaban un lugar aparte dentro de la sociedad. Su instrucción militar recaía en el manejo de flechas, arcos, hondas, cuchillos, puntas de obsidiana y varios tipos de proyectiles.

De acuerdo con las imágenes pictóricas estudiadas en las ruinas arquitectónicas de esta cultura, así como los múltiples legados históricos que nos permiten conocer ampliamente esta civilización, se demuestra que esta cultura tenía una instrucción, educación y prácticas militares profundas y obvias, que involucraban a los sacerdotes y al propio estado.

Ahora bien, la cultura Nohchicalca es una muestra clara de la transformación militarista en las diferentes culturas prehispánicas; con su adiestramiento, filosofía e instrucción militar, lograron formar un sistema de valores aun vigente en esta época.

La clase militar se distinguía por mutilarse las piezas dentales, raparse el cabello por secciones, usaban pintu-



Obra editada por la Secretaría de la Defensa Nacional, en 12 capítulos.

ra facial, orejeras, diferentes tocados, collares, taparrabos, brazaletes y sandalias. Su armamento estaba integrado fundamentalmente por los chimallis, cuchillos, lanzas y hondas.

Es importante señalar que en esta cultura, los procesos educativos militares se institucionalizaron, aparecieron escuelas con programas para incorporar a hombres y mujeres en la carrera de las armas. Sin embargo se debe resaltar que los Mayas y Mexicanos llevaron a la vanguardia este aspecto levantando verdaderos colegios militares prehispánicos en donde se les enseñaba desde lo más elemental hasta lo más complejo, militarmente hablando.

El estado y gobierno maya educaban a la población masculina para la guerra, aquí surgió la base de la guardia nacional, ya que todos los hombres entre los 10 y 15 años de edad eran educados militarmente para enfrentar cualquier invasión.

Esta organización fue ejemplo para desarrollar su educación, sin embargo, es importante señalar que los primeros en desarrollar formalmente

una cultura educativa fueron los toltecas.

Por otro lado, entre los aztecas, el objetivo de la instrucción militar era fortalecer el carácter del joven a través de las actividades que lo involucraban de manera integral o total. Lo principal en esta educación era aprender a labrar la tierra y después manejar los diferentes tipos de armas como la macana, lanzadardo y arco.

Para los aztecas, civilización que tenía la firme creencia de morir por un dios y así lograr la vida eterna, las guerras no eran consideradas acciones bélicas. En tiempos de paz, se ponían de acuerdo con sus enemigos para simular batallas y obtener prisioneros para sacrificarlos en honor a su dios Huitzilopochtli. Estas actividades son conocidas como las Guerras Floridas.

Con esta breve pero interesante semblanza del capítulo «La educación militar del México antiguo», se aprecia el surgimiento de la instrucción militar en las culturas prehispánicas de nuestro país, origen del actual sistema militar, por lo que sugerimos consultar esta obra para profundizar en el tema.

Qué revelan

nuestros garabatos

Los hacemos mientras hablamos por teléfono, en una reunión de trabajo o al escuchar una clase. Garabatear dibujos en un papel delata el estado de ánimo y si se repiten siempre, incluso rasgos de personalidad.

Esos dibujos inconscientes, que los grafólogos llaman garabatos al teléfono, nos sirven muy a menudo como pequeña descarga de los deseos violentos que de buena gana, volcaríamos en otras direcciones. El dibujo distraído desnuda a quien lo realiza, dejando al descubierto lo que realmente le está pasando por la cabeza en ese momento, aunque sus palabras digan justo lo contrario.

En algún momento de nuestra vida todas las personas garabateamos y no hay un motivo fijo para hacerlo: El garabato existe en distintas culturas y países.

Se comienza a garabatear de forma distraída a los 8 ó 9 años. Según algunos grafólogos, los adolescentes son más proclives a garabatear, ya que su actividad emocional está disparada.

A menudo pintan flores, caras, sus nombres o firmas con letras barrocas como de graffiti, o adoran el punto de la letra i con un redondeo o una espiral. Todas son señales del deseo de embellecerse y alegrarse, de enamorarse y ser agradables a los ojos de los demás, y de explicarse a sí mismos de forma positiva.

Antes no se diferenciaban los dibujos infantiles voluntarios de los garabatos involuntarios de los adultos, pero los psicólogos han descubierto grandes diferencias entre ellos. Los primeros tienen mucha mayor riqueza de matices y datos acerca de la evolución infantil; los segundos suelen ser ocasionales y menos definitorios del carácter.

Obsesión

Cubos iguales enlazados unos con otros

Sin duda la persona que dibuja este tipo de figuras geométricas tiene una idea fija que le preocupa de forma obsesiva y a la que le da cien vueltas sin encontrar solución.

Los trazos rígidos y apoyados revelan fuertes tensiones internas y son una muestra de dureza y frialdad. El hecho de que se dirija hacia el ángulo superior izquierdo de la página simboliza la introversión.

Personalidad: Las figuras repetidas obsesivamente pueden mostrar un carácter atormentado. Las suelen realizar personas ordenadas y metódicas con gran temor a perder la continuidad de los acontecimientos de su vida.

Agresividad

Flechas para descargar las tensiones cotidianas.

Este es un signo de impulso liberador y también de agresividad. Todas las tensiones cotidianas se pueden dirigir hacia la derecha (los demás) o a la izquierda (uno mismo). De abajo hacia arriba indican un deseo de mayor brillo intelectual, y al contrario, la potenciación de lo material y la sexualidad. Una base muy larga expresa el deseo de buscar apoyos antes de actuar.

Personalidad: No responde necesariamente a un carácter agresivo, sino

Personalidad: Aunque el predominio de las curvas indica buenas relaciones con los otros y dulzura y suavidad de carácter, si las líneas están cerradas y se repiten puede tratarse de una tendencia autoritaria que esconde cierta fragilidad e inseguridad.

Ansiedad

Llenar los vacíos de la vida

Cerrar o sombrear los espacios de las letras sirve para cubrir los sentimientos de vacío. En general es la respuesta a una frustración o a una decepción que se advierte y señala rellenando las letras por su interior. Así se calma momentáneamente la sensación de ansiedad angustiosa. En la grafología de escritura, hacer, por ejemplo, la letra u cerrada es un signo de introversión, de obsesión por encerrarse en sí mismo. Las congestio-

nes o dejamiento de letras huacas como la o, la a, o la e son una muestra de estrés o fatiga.

Personalidad: Una tendencia obsesiva a la ansiedad y a la preocupación por cualquier asunto o por problemas a los que no se debería conceder tanta importancia.

Alegría

Los deseos de felicidad se adornan con flores

Las ilusiones y ansias de que la vida sea un poco más alegre de lo que es, se reflejan en estos garabatos inocentes e infantiles que intentan atraer los recuerdos de la propia niñez. El sol radiante es símbolo paterno, pero si se dibuja con nubes significa conflictos con la figura del padre.

Personalidad: Serena y optimista, que acepta sus límites y los que le imponen los demás.

Tensión

Los nervios reprimidos se expresan en zig zag

Los trazos firmes indican dificultades para relajarse y concentración angustiosa, que termina en fatiga y agotamiento. Las flechas son signos agresivos, y el hecho de que su base esté en zig zag es una expresión de una vida afectiva, fuerte y pasional con alternativas de calma y excitación.

Personalidad: Cuando los trazos se unen en el centro, significa un carácter dispuesto a agrupar fuerzas para obtener éxito en un trabajo o un plan vital o circunstancial.

Concentración

Las cruces ayudan a aislarse

En el interior de la persona que realiza estos garabatos se desarrolla una lucha íntima, ya que está llevando a cabo acciones que le desagradan hacer. Es la expresión de la cólera en una situación conflictiva; se demuestra la rabia contenida agrediendo al papel. También es signo de una voluntad de concentrarse en un objetivo, aislándose para tomar una decisión.

Personalidad: Un espíritu de acción, que llega a ser colérico en ciertas ocasiones.

Para los grafólogos, los garabatos no son tan cruciales como la caligrafía de una persona. Retratan un estado de ánimo momentáneo. Un texto escrito, sin embargo, es completamente expresivo, los grafólogos toman los garabatos como material complementario; los interpretan, pero no son imprescindibles.

más bien a una situación frustrante, al deseo de conquista sexual o a una personalidad irónica.

Aislamiento

Un círculo en el cual olvidarse del mundo

Estos círculos repasados una y otra vez con líneas enmarañadas delatan la necesidad de encerrarse en uno mismo, de aislarse de los demás para no escuchar a nadie. La figura en sí representa el rechazo a cualquier cosa que, en el fondo, se desea. Si se trata de espirales que terminan o se proyectan hacia la derecha, hay un cierto temor a la soledad y la lucha interna con el deseo ferviente de relacionarse con los demás. En general las espirales son fruto de egocentrismo.

nes o dejamiento de letras huacas como la o, la a, o la e son una muestra de estrés o fatiga.

Personalidad: Una tendencia obsesiva a la ansiedad y a la preocupación por cualquier asunto o por problemas a los que no se debería conceder tanta importancia.

Miedo

Esconderse detrás de las rejas

A menudo se realiza este garabato cuando se ha de tomar una decisión importante, ya que revela el deseo de esconderse tras unas rejas, de protegerse de algo que nos infunde respeto o miedo. Como otras formas geométricas repetidas indica obsesiones e ideas fijas. Y también concentración para resolver un asunto preocu-

Descrito de la manera más sencilla, un huracán es un viento muy fuerte que se origina en el mar y gira en forma de remolino, acarreado humedad en grandes cantidades, que al tocar áreas pobladas, generalmente causa daños importantes hasta grandes desastres.

A este fenómeno se le conoce con varios nombres, por ejemplo: ciclón, en la zona centroamericana y tifón en el Océano Pacífico.

Durante su desarrollo, un huracán pasa por tres etapas principales, cada una recibe un nombre distinto:

En su nacimiento se le denomina depresión tropical y se caracteriza porque sus vientos máximos constantes, tienen una velocidad menor o igual a 63 kilómetros por hora.

Posteriormente, pasa a la segunda etapa conocida como tormenta tropical, al alcanzar sus vientos velocidades entre 63 y 118 kilómetros por hora. En esta etapa se le asigna un nombre por orden de aparición anual y en términos alfabéticos, de conformidad con una lista de nombres predeterminados anualmente por el Comité de Huracanes de la Asociación Regional IV, de la Organización Meteorológica Mundial.

La tercera etapa se alcanza cuando la velocidad del viento llega a los 119 kilómetros por hora o más y es entonces que recibe propiamente el nombre de huracán.

Por su estructura los huracanes se dividen en: ojo, capa de entrada, capa de ascenso y capa de salida.

Ojo

Se encuentra en el centro del huracán y es una zona de vientos débiles con pocas nubes y lluvias. Su diámetro va de 20 a 35 kilómetros y en torno a él se encuentra un área de nubes verticales que se constituyen en la pared del ojo donde se localizan los vientos y las lluvias más fuertes.

Capa de entrada

Entre la superficie (mar o tierra) y la parte más alta del huracán se forman bandas de viento en tres capas; en la primera o en la de entrada se extiende hasta una altura de tres mil metros; en ella, las corrientes de aire se dirigen con gran fuerza hacia el centro del huracán y son más intensas entre la superficie y los mil metros de altura; los vientos más fuertes soplan a la derecha en relación con la dirección de desplazamiento.

Capa de ascenso

Se encuentra entre los tres y seis mil metros de altura. En esta capa, el aire sube tangencialmente hacia la región donde está la nubosidad y las bandas de lluvia.

Capa de salida

Se encuentra a partir de los seis mil metros hacia arriba y las corrientes de aire salen del centro hacia el exterior, haciéndose completamente radiales hacia los doce mil metros (o la altura

Huracanes

Tle. de Admón. Arturo Habacuc Meza Cárdenas



Los Huracanes provocan grandes pérdidas humanas y materiales.

del techo del huracán). La intensidad del viento es de menos del 50% del que se presenta en la superficie.

Formación de huracanes

La temporada de huracanes da principio cuando el Ecuador climático se mueve en dirección de los polos, llevando consigo altas temperaturas que calientan el aire y el agua del mar, dando lugar al surgimiento de una zona de baja presión. Esto ocurre generalmente entre los meses de mayo y noviembre.

El movimiento migratorio de los huracanes se origina en el momento en que los vientos alisios se encuentran de frente e inician a consecuencia de ello, un giro alrededor del punto de convergencia, hecho que ocurre normalmente entre las latitudes 5 y 10 grados del hemisferio norte. A esta condición se suman la alta temperatura marítima (26 a 27 °C) y los efectos de la rotación terrestre (que produce la fuerza de «coriolis» debido a la cual, cualquier movimiento de la superficie de la tierra tiende a desviarse hacia la derecha de su dirección original en el hemisferio norte y hacia la izquierda en el sur) y por este motivo el sentido

de rotación es contrario a las manecillas del reloj en el hemisferio norte y en el sentido de las manecillas, en el hemisferio sur.

De acuerdo a una venerable leyenda de Artillería, los artilleros alemanes tropezaron con el «efecto coriolis» en marzo de 1918, cuando principiaron el bombardeo de París desde una distancia de 70 millas con un cañón de 210 mm, especialmente construido: los proyectiles describían una curva a la derecha, tal como lo hacen los vientos en el hemisferio norte e impactaban a 0.7 millas del blanco.

Para tener una idea aproximada del tamaño y fuerza que puede alcanzar un huracán, recordemos que los más grandes llegan a tener un diámetro de diez mil kilómetros y su altura puede llegar a los diez kilómetros. Su fuerza se ha calculado a la equivalente a una bomba atómica como la que estalló en Hiroshima, Japón, poco antes de concluir la Segunda Guerra Mundial.

Regiones matrices que afectan a México

Los huracanes que afectan al territorio mexicano tienen cuatro regiones matrices o de nacimiento.

La primera región matriz se ubica en el Golfo de Tehuantepec y se activa generalmente durante la última semana de mayo. Los huracanes que surgen en esta época tienden a viajar hacia el oeste, alejándose de México, los generados de julio en adelante, describen una parábola paralela a la costa del Pacífico y a veces llegan a penetrar en tierra.

La segunda región se localiza en la porción sur del Golfo de México, en la denominada «Sonda de Campeche» y los huracanes nacidos aquí aparecen a partir de junio con ruta norte-noreste, afectando a Veracruz y Tamaulipas.

La tercera región matriz se encuentra en la región oriental del mar Caribe y sus huracanes aparecen en julio, especialmente entre agosto y octubre. Estos huracanes presentan gran intensidad y largo recorrido, afectando frecuentemente a Yucatán.

La cuarta región se encuentra en la región tropical del Atlántico (lat. 8 a 12 grados norte) y se activa principalmente en agosto.

Estos son huracanes de mayor potencia y recorrido que generalmente se dirigen al oeste, penetrando en el mar Caribe, Yucatán, Tamaulipas y Veracruz.

Bibliografía de consulta

Folleto del Centro Nacional de Prevención de Desastres (CENAPRED)

David Vs Goliat

Una de las preguntas que con mayor frecuencia se hacen quienes están próximos a adquirir equipo de cómputo es respecto a qué tipo de computadora tiene mayores ventajas: si una portátil o un modelo de escritorio. La lógica parece indicar que entre más pequeño sea el equipo resulta más conveniente, aún cuando tomar una decisión no resulta tan sencillo. Es verdad que el tamaño puede ser un factor determinante, sobre todo para quienes utilizan su equipo en lugares diversos o viajan con él, pero no todos los usuarios se encuentran en esa situación.

Aparentemente una computadora portátil es una versión reducida de las tradicionales PC que ya conocemos (y en cierta forma, lo es), pero tienen una serie de características que las hacen diferentes. Por principio de cuentas, se trata de máquinas diseñadas para ocupar el menor espacio posible, de allí que algunos de sus componentes no puedan compararse con los de una máquina de escritorio; tomemos como ejemplo clásico al disco duro, que suele ser mucho más reducido, al grado que la mayoría de los programas actuales cuentan con un tipo de

instalación diferente y especial para computadoras portátiles, que consiste en almacenar en el disco duro sólo aquellos archivos indispensables para que el programa pueda ejecutarse, lo que en la mayoría de los casos implica renunciar a la ayuda, macros, plantillas, tutoriales y demás archivos que si bien no son fundamentales para la ejecución del software, suelen ser de gran utilidad.

Otra limitación de muchos modelos de portátiles (notebooks o laptops) radica en sus dispositivos de entrada, como el teclado, trackball o touchpad. El teclado es el dispositivo de entrada por excelencia, de allí que al reducirse su tamaño, su empleo resulta incómodo para muchos usuarios, además éste casi siempre carece de teclado numérico y la disposición de algunas teclas de función difieren con respecto a un dispositivo convencional, lo que puede ocasionar contratiempos.

En cuanto al trackball o el touchpad, podemos decir que ambos dispositivos resultan más difíciles de manejar que un mouse, especialmente para aquellos usos que requieren de gran precisión, como el retoque fotográfico o el diseño por computadora. Lo de menos sería emplear un mouse en una notebook, pero en la medida que utilicemos componentes externos, la computadora tenderá a perder la portabilidad, que es su principal característica.

En lo que respecta a los monitores, constituyen la parte más costosa de una portátil, de allí que suele recomendarse al posible comprador que antes defina sus necesidades, ya que optar por un monitor amplio puede elevar considerablemente el precio del equipo y podría ser un gasto superfluo.

En contraparte existen diversos modelos de portátiles que cuentan con salida adicional para video y bus mini-din, lo que permite utilizar tanto un teclado como un monitor externos y en consecuencia, hacer uso de una computadora portátil de forma semejante a una de escritorio, el único inconveniente sería el gasto por partida doble.

Algunos de los modelos más avanzados se caracterizan por contar con un tipo especial de entrada (conocido como docking station), el cual permite que la computadora una vez plegada, sea insertada en un gabinete especial que cuenta con todos los periféricos de una máquina de escritorio, como teclado, mouse y monitor entre otros.

A pesar de las sucesivas mejoras, las computadoras portátiles aún no superan del todo al más grave de los inconvenientes: su escasa capacidad de expansión. En efecto, por tratarse de equipos de tamaño tan reducido, no cuentan con ranuras de expansión de tipo ISA o EISA. Este problema ha sido parcialmente solucionado con la aparición de las ranuras PCMCIA, que permiten insertar

David Vs Goliat

diversos tipos de periféricos de dimensiones similares a una tarjeta de crédito, con módems, adaptadores SCSI o puertos adicionales, sin embargo es imposible conectar más de un dispositivo a la vez. Por otro lado, a pesar de las mejoras, cualquier reparación o actualización sigue resultando mucho más difícil en una computadora portátil que una de escritorio.

Hemos mencionado los inconvenientes, pasemos ahora a las ventajas: una computadora portátil maneja dos fuentes de alimentación, una de ellas es la batería que proporciona alrededor de cinco horas de autonomía, la otra es un convertidor de corriente que también funciona como recargador, lo anterior implica que no necesitamos un regulador de corriente para proteger nuestro equipo, ya que por sus características, es prácticamente inmune a las variaciones de voltaje; por otra, al contar con una reserva de energía se hace innecesario el uso de un no-break, de modo que un corte en el suministro de electricidad no implicará la pérdida de nuestros archivos no guardados, de hecho la mayoría de las portátiles cuentan con la capacidad de hibernar, es decir, si se les man-



tiene encendidas durante un periodo prolongado y no se les utiliza, disminuyen el consumo de corriente al mínimo, hasta el momento en que se les emplea nuevamente, con lo que se evita arrancarlas de nuevo, con el consiguiente ahorro de tiempo y energía.

Por otro lado, los monitores que emplean las portátiles suelen tener un consumo de energía muy bajo pues emplean LCD o plasma en la mayoría de los casos, además la radiación que emiten es apenas perceptible.

¿A quién no le resulta atractiva la posibilidad de llevar todas las ventajas de un equipo de cómputo dentro de un portafolio? Los modelos más avanzados de laptops y notebooks son de dimensiones similares a los de un cuaderno tamaño carta (existen otros modelos aún más pequeños, conocidos como subnotebooks o palmtops, pero resultan poco prácticos). empero, su mayor inconveniente estriba en el costo. Existen marcas especializadas en el desarrollo de computadores portátiles, como Toshiba, Gateway o Texas Instruments, las cuales han creado modelos verdaderamente impresionantes por sus características y rendimiento; las hay equipadas como procesadores Pentium II.32 Mbytes de RAM, discos duros de más de 2 Gbytes y capacidad multimedia, pero su costo es suficientemente alto como para desanimar a la mayoría de sus potenciales usuarios (algunos modelos sobrepasan los 5,500.00 dólares). De hecho, es posible adquirir una máquina de escritorio de marcas igualmente prestigiadas por mucho menos dinero y si optamos por un ensamble el costo se reduce aún más. Si bien es cierto que existen modelos de portátiles sumamente económicos, desgraciadamente en la mayoría de los casos, su rendimiento

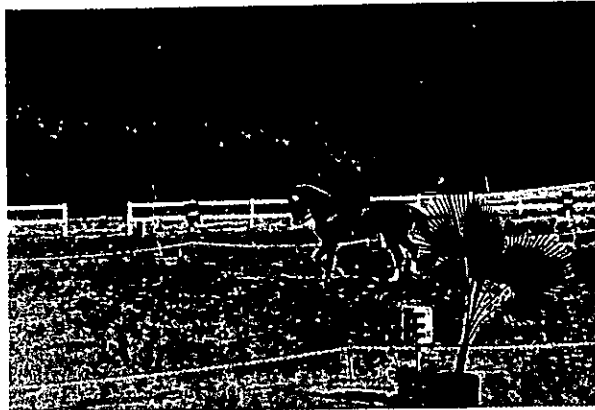
está por debajo al de un equipo de escritorio.

Como

conclusión podemos mencionar, como ya lo hemos hecho en otras ocasiones, que al momento de invertir el usuario tiene la última palabra. de modo que si piensa adquirir una computadora, tome todas las precauciones que considere necesarias y elija la opción que mejor se adapte a sus necesidades.



Flash Deportivo



En el campeonato Metropolitano del Concurso Completo de Equitación, se obtuvieron los primeros sitios

Carrera de Relevos «Ciudad de México»

El pasado 13 de junio se realizó en la Ciudad Deportiva del D.F., la competencia «Relevos Ciudad de México», en la cual pudo observarse la participación de personal militar, obteniendo las siguientes posiciones: en la categoría libre en 10,000 mts. planos el primer lugar fue para el Cabo Jard. Juan Hernández Flores con un tiempo de 30'43", el segundo lugar fue para el Sgto. 1/º. Art. Graciano González Ríos y el tercer sitio fue para el Cabo Admón. Francisco Hernández Flores. En categoría libre en 1,500 mts. planos el Sld. de Admón. Daniel Torres Valeriano obtuvo el segundo lugar con un tiempo de 3'57".

Campeonato Metropolitano de Salto

El día 14 de junio concluyó en las instalaciones de la Villa Ecuestre la 4/a. fecha del Campeonato Metropolitano de Salto Grupo «Dos» en la cual los jinetes militares nuevamente volvieron a colocarse entre los primeros sitios.

En la prueba No. 26 categoría intermedia Sec. «A» alt. 1.10 mts. el Sgto. 2/º. Cab. Manuel J. Beltrán Ríos montando a «Azteca» obtuvo el 2/º. lugar.

En tanto que en la prueba 28 del mismo campeonato en la categoría para jinetes debutantes Sec. «A» alt. 0.90 mts. el Sld. Cab. José Martínez Mena haciendo binomio con «Quinceañera» se adjudicó el primer lugar, compartiendo el sitio de los triunfadores estuvo presente el cadete Baby Ramón

Baños Moguel quien montando a «Rambo» y «Güero» obtuvo el segundo y tercer lugar respectivamente.

En la prueba 29 en la categoría de Jinetes Debutantes Sec. «B» alt. 0.90 mts. el Cabo Peluq. Daniel Francisco Martínez montando a «Queretano» obtuvo el segundo lugar.

Campeonato Metropolitano de Concurso Completo de Equitación

En el centro de entrenamiento Rancho la Soledad, municipio de Jilotepec Edo. de Méx., finalizó la 3/a. fecha del Campeonato Metropolitano de Concurso Completo de Equitación, en Categoría Preliminar e Intermedia obteniendo los participantes pertenecientes al Instituto Armado los siguientes sitios.

En la prueba Categoría Preliminar una estrella 1.10 mts. alt. el podium de honor fue ocupado en su totalidad por los jinetes castrenses siendo el Cap. 2/º. Cab. Luis U. González Martínez montando a «Cachanilla» quien obtuvo la primera posición, en 2/º. lugar el Cap. 2/º. Cab. José Ignacio López Terrones quien hizo mancuerna con «Vicioso» y finalmente el tercer sitio fue para el binomio del Cap. 2/º. Cab. Jaime Velázquez Suárez y «Cursor».

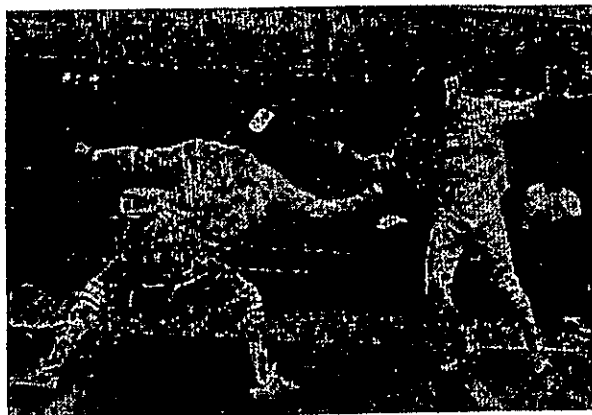
En la prueba Categoría Intermedia dos estrellas 1.15 mts. alt. nuevamente fueron militares quienes obtuvieron el control total del sitio de los ganadores, encabezando este grupo con el primer sitio, se ubicó la pareja del Tte. Cab. José Manuel Arias Lara y

«Volátil», el segundo lugar fue para el Tte. Cab. Roldán Felipe Carioca Vega quien hizo binomio con «Villano» y el tercer peldaño lo ocupó el Cap. 2/º. Cab. Vicente Peralta Mera con «Acapulco».

Campeonato Nacional de Primera Fuerza

En la ciudad de León, Gto. se realizó la competencia de atletismo «Campeonato Nacional de Primera Fuerza», participando personal perteneciente al Ejército Mexicano e integrantes de la selección de atletismo representativa del mismo Instituto Armado. En la prueba de 20 kms. en caminata, el Cabo A.B. Joel Sánchez Guerrero se colocó en el segundo lugar a nivel general con un tiempo de 1:23'38"

En este mismo evento en la prueba de 3,000 mts. con obstáculos el Sld. Admón. Daniel Torres Valeriano obtuvo el 2/º. lugar con un tiempo de 8'51"8.



En el Campeonato abierto de la ciudad de Berlín, Alemania, los pentatletas militares realizaron una destacada participación.

Campeonato Abierto Cd. Berlín, Alemania

Del 19 al 24 de junio del presente año en la ciudad de Berlín, Alemania, se realizó el «Campeonato Abierto Cd. Berlín, Alemania», competencia en la que participó personal militar integrante de la Selección Nacional «B» y «Junior» de Pentatlón Moderno obteniendo los siguientes resultados: en la prueba individual el primer lugar fue para el Sld. Aux. Admón. Samuel Félix Miranda, quien compitió con 36 pentatletas representantes de 8 países.

En la prueba por equipos el 1/er. lugar lo ocuparon el Sld. Aux. Admón. Samuel Félix Miranda, Sld. Aux. Admón. Abdías Caleb Salazar Salazar y el civil Enrique Rocha.

Futbol Soccer

La selección del futbol soccer del Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos, el pasado 27 de junio sostuvo un encuentro con el equipo Juventus al iniciar el torneo de liga de futbol «Grupo Tepeyac A.C.», en el campo número 2 del deportivo «Los Galeanos» que se encuentra en la delegación Gustavo A. Madero, en el cual empató con un tanto ante el equipo rival.

Box

El pasado 28 de junio se realizaron peleas de box dentro del marco de la «Celebración Delegación» en la delegación Tláhuac de esta ciudad, dentro del torneo promocional Kid Azteca en la categoría de Clasificados y Novatos, participando personal militar integrante de la Selección de Box representativa del Ejército y Fuerza Aérea Mexicanos.



Así destruimos nuestro medio ambiente

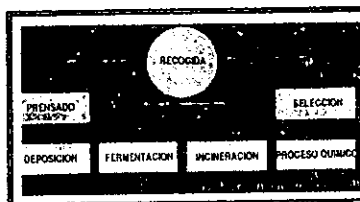
Cap. 2/o. Aux. Prof. José Luis Rodríguez Crespo.

COMO DISMINUIR LA CONTAMINACION

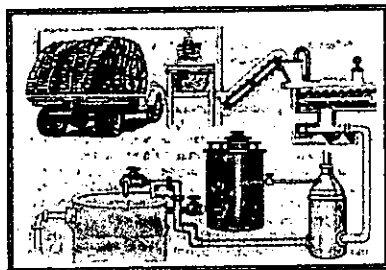
RECICLAR LA BASURA (INORGANICA)



INCINERACION



RECICLAJE DE PAPEL



DEPOSITOS SUBTERRANEOS Y SUBMARINOS.



La contaminación, el derroche de agua, la generación de residuos tóxicos y radioactivos, la basura, la construcción de grandes obras públicas y privadas, la aniquilación de la flora y la fauna, son algunos de los principales problemas que amenazan nuestro medio ambiente y cuestionan la cultura del consumismo.

El manifiesto deterioro de nuestro entorno parece indicar que el progreso está reñido con el medio ambiente, pero no; el bienestar y la calidad de vida son perfectamente compatibles con la conservación de la naturaleza. Lo verdaderamente incompatible es un estilo de vida avasallador e irresponsable, basado en la producción y consumo desbocado y sin freno, de los recursos naturales.

Está claro que el medio ambiente es uno e indivisible, que todos sus problemas están interrelacionados y que cualquier destrozo tiene repercusiones globales.

Derroche y contaminación del agua

Desperdiciar un bien escaso, la carestía, el uso irracional y el aumento cada día de su demanda, hace que padezcamos un déficit de este recurso. El derroche de agua en las industrias y en los usos domésticos reclaman sistemas y planes de ahorro; así como campañas de concientización para el empleo de este vital líquido.

Hay todavía más motivos de alarma, como la sobre explotación de algunos mantos acuíferos y el desecho de desperdicios en corrientes de agua.

Contaminación atmosférica

El adelgazamiento y los agujeros de la capa de ozono, trae nocivas consecuencias en la salud, disminución de la producción vegetal y lluvias ácidas

que destruyen las zonas verdes; la causa común por la cual se ve afectada la capa de ozono, es el incremento de la concentración de dióxido de carbono, como consecuencia del uso nocivo de combustibles fósiles.

Residuos tóxicos y radiactivos

Las plantas industriales y las fábricas no sólo producen contaminantes atmosféricos. En nuestro país se generan cada año residuos tóxicos peligrosos que no reciben un tratamiento adecuado y son abandonados al medio ambiente; es posible que en la ciudad de México ya se estén tomando las medidas para dar un tratamiento a los residuos tóxicos y radiactivos, pero en algunas ciudades de provincia se siguen contaminando sus ríos, lagos y el medio ambiente en general; además la vida de animales, plantas y del propio

hombre está amenazada por todo un arsenal de pesticidas, herbicidas y otros biocidas de uso agrícola, devastadores para un medio ambiente al que se le ha venido encima un aluvión de venenos.

La basura

Existen grandes cantidades de basura; el 50% son residuos orgánicos, el otro 50% está compuesto, entre otras cosas de papel y cartón en un 20%, vidrio un 8%, plástico un 7%, metales un 3% y el resto, que es un 12% en llantas, madera, etc., la mayor parte de esta basura va a parar a vertederos controlados, pero la que no se encuentra en vertederos incontrolados, alcantarillas, y alguna parte se incinera; toda esta basura contamina directamente nuestro medio ambiente. Al tirar la basura en la calle, se va directamente al drenaje de nuestra ciudad y por lo tanto contamina más al medio ambiente y a la atmósfera, esto se debe solucionar con una apropiada selección y reciclaje de la basura.

Obras públicas y privadas

El negativo impacto ambiental de las grandes y pequeñas obras públicas y privadas es uno de los principales frentes de batalla abierto contra la ecología. El automóvil, las infraestructuras que le abren camino y las urbanizaciones en zonas de valor ecológico están destruyendo las zonas ecológicas.

La Flora y Fauna

Nuestro país posee una diversidad biológica muy rica y conserva todavía enclaves de alto valor ecológico.

¿Quién destruye la flora y fauna? La contaminación atmosférica, el agua contaminada junto con residuos tóxicos y radiactivos, la basura no controlada que se deposita en lugares abiertos, las construcciones antiecológicas de obras, en otras palabras la amenaza del cemento. Todas estas acciones amenazan millones y millones de árboles que directamente ayudarían a conservar nuestra poca flora y fauna que se está extinguiendo.



Las dotes del mando

Cap. 2/o. Inf. Fabio Gerardo Flores de la Rosa

Una manera de llegar a convertirse en líder es tener los requisitos necesarios en términos de experiencia, conocimiento y entrenamiento, así como el ser designado desde fuera por el grupo o por un comité de selección, por ejemplo.

La imposición y el mando

La capacidad para influir y gobernar a los subalternos es esencial en todos los aspectos de las actividades militares, desde el contacto cotidiano de carácter administrativo, hasta en las formalidades de las instituciones operativas.

Piense por un momento lo que sería de la vida sin estas habilidades y que tan serias resultarían las consecuencias; si carecemos de capacidades impositivas, podemos encontrar que constantemente perderíamos el control y autoridad en nuestro personal. Esto a su vez, puede hacer que nuestra estima baje y que tengamos sensaciones de persecución.

En el trabajo, la falta de firmeza puede no sólo tener estos efectos, sino estorbar o impedir que obtengamos un ascenso, esto puede poner en peligro la posición total del individuo o cuando menos, causarle una considerable infelicidad, frustración y la sensación de insuficiencia en el puesto que ocupa.

Un problema común para los líderes es el de la oposición del grupo. No es bueno persuadir a los individuos; por ejemplo, decir a los niños de una clase que hagan más tarea en casa si el grupo está influenciado por otra fuerza superior a la suya. Una solución es trabajar valiéndose de los jefes informales del grupo, los cuales pueden tener grandes poderes de persuasión.

Otra manera de confrontar el problema con el grupo y procurar llegar a una decisión general. Pueden surgir

dificultades porque el futuro dirigente ha olvidado que cada miembro del grupo necesita ser manejado en forma distinta, dependiendo de su inteligencia, estabilidad emocional, ambiciones, etc.

Algunos pueden responder a una entrevista persuasiva recurriendo a sus propias necesidades y ambiciones, mientras que otros pueden ser manejados mediante la invención de reglas del grupo mismo, las cuales se aplican a todos.

Una dirección efectiva toma en cuenta las características particulares del grupo, lo mismo que las tareas por realizar. Por ejemplo, un estilo más directo y menos democrático resulta adecuado con los miembros a quienes les gusta la autoridad y están acostumbrados a ser dirigidos con firmeza.

También este es el estilo más efectivo para tratar la crisis en las cuales se tiene que tomar decisiones rápidas o si el grupo es grande.

La supervisión de un grupo de trabajo

Uno de los papeles más importantes del Jefe, en la sociedad, es el de supervisor designado a cualquier grupo de trabajadores en la industria, educación, gobierno, deporte, organización del tiempo libre, etc.

Por ejemplo, en la industria, un jefe tiene poder para recompensar un papel particular dentro del grupo, el grado en el cual es realmente aceptado depende de su competencia, de su éxito en ayudar al grupo a alcanzar sus objetivos; por ejemplo, la productivi-

dad industrial y su preocupación por el bienestar del mismo.

Solamente si triunfa en estas cosas, los miembros del grupo sentirán que tiene derecho a dirigirlos y aceptarán sus órdenes. Los resultados y los diferentes dotes de mando son considerables. El autenticismo o el cambio de personal, por ejemplo pueden darse muchas veces cuando se sigue a un mal dirigente, pudiendo hacer bajar fácilmente la producción de acero.

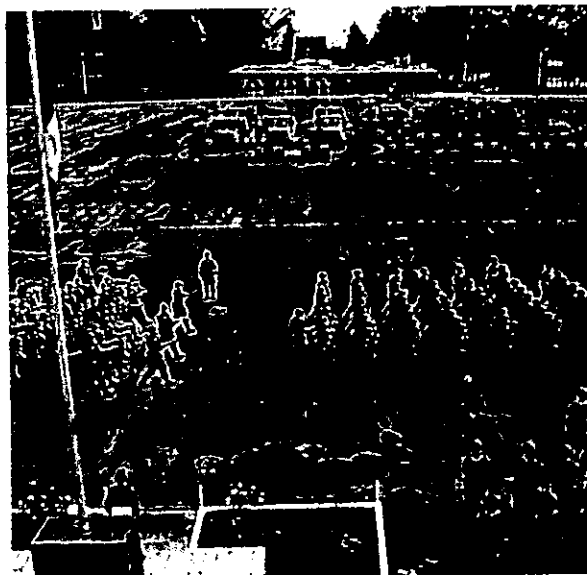
Las dotes fundamentales de todo buen líder

Las dotes necesarias en un buen líder de grupo son, en primer lugar, para hacer que el grupo trabaje eficazmente en las tareas fijadas. Desde planear el trabajo, establecer los objetivos, asegurar el que dispone de los suministros necesarios, mostrar a las personas como trabajar y ganarse el entusiasmo del personal, sin embargo, eso tiene que hacerse con tacto o no se obtendrá ninguna satisfacción en el trabajo.

En segundo lugar, el buen dirigente se preocupa por el bienestar y las necesidades individuales de los trabajadores, toma un interés personal en ellos, establece relaciones amistosas, comprende sus errores y se preocupa de sus problemas sociales dentro del grupo.

En tercer lugar, debe tener el estilo correcto de la dirección. No es fácil dirigir y cuidar a un mismo grupo a tiempo. Demasiadas órdenes impiden una relación amistosa y demasiada amistad lo llevan a perder su autoridad, la solución es dirigir al grupo en tal forma que las relaciones no se dañen. Se le debe dar explicaciones y tratar de persuadirlos más que darles órdenes. Se debe permitir que los subordinados tomen parte en las decisiones que los afectan y deben usarse las técnicas aprobadas por el grupo.

Los buenos dirigentes ordenan en una forma muy especial y discreta.



Uniformidad, conformidad, unanimidad.