

Campaña Por el derecho que Tenemos Todos y Todas a la Información Pública Gubernamental y a los Buenos Gobiernos

I n f o r m e 2 0 0 7

Introducción – objetivos

El acceso a la información y la transparencia se encuentran íntimamente ligados a la rendición de cuentas por parte de las instituciones públicas. Abrir a la ciudadanía los expedientes del ejercicio de los recursos por parte del gobierno le permite a la población evaluar a sus representantes, contar con mayores elementos para ejercer el voto y, además, participar en el debate sobre asuntos que le conciernen directamente. Al mismo tiempo, le brinda la posibilidad de incidir en las decisiones de políticas públicas que, en última instancia, se diseñan para su beneficio.

El “para qué” de la transparencia encuentra una de sus principales razones en el sistema político mexicano que presenta una doble crisis: la primera, de credibilidad y la segunda, de representatividad, debido principalmente a las experiencias de corrupción y clientelismo político que ha vivido el país a lo largo de su historia.

El objetivo principal de esta campaña es: ***Contribuir a una cultura ciudadana de demanda y ejercicio del derecho a la información pública gubernamental, a través de una campaña de promoción y difusión en la Ciudad de México, dirigida a la sociedad y el gobierno.***

Participantes – convocantes

En la primera etapa de la Campaña se han integrado en el Grupo de Convocantes actores de diferentes ámbitos de la sociedad: la Dirección General de Igualdad y Diversidad Social del Gobierno del Distrito Federal, la Delegación Álvaro Obregón, la Procuraduría Social del Distrito Federal, el Instituto de Acceso a la Información Pública del Distrito Federal InfoDF, el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública IFAI, el Instituto Mexicano de la Radio IMER, el Colectivo por la Transparencia, Cultura Ecológica, Libertad de Información México, AC, Fundar Centro de Análisis e Investigación, el Centro de Derechos Humanos Fray Francisco de Vitoria y DECA, Equipo Pueblo, AC.

Principales actividades

Para cumplir con el objetivo de la Campaña se desarrollaron actividades que iniciaron con la invitación a actores sociales, conscientes de la importancia tanto del ejercicio del derecho a la información por parte de la ciudadanía, como del cambio en la actitud de las y los servidores públicos que lo faciliten.

El siguiente momento en esta etapa fue el diseño de la campaña de promoción y difusión, la discusión e integración de contenidos, el diseño de materiales que fueron: un cartel, cuatro modelos de postales (dos dirigidas a las y los servidores públicos y otras dos a la ciudadanía en general) y tres diferentes cápsulas radiofónicas. Aquí fueron muy valiosas las aportaciones de los actores sociales incluidos en el Grupo Convocante (mencionados anteriormente), lo que permitió que los materiales contaran con el consenso de los convocantes.

La campaña inició su fase preparatoria en los meses de septiembre y octubre y su desarrollo, en noviembre de 2007. El Lanzamiento tuvo lugar el 19 de diciembre de 2007 en un espacio público (Centro Cultural Helénico de la Ciudad de México). En la presentación participaron representantes de organizaciones sociales y civiles, de las organizaciones autónomas, autoridades del Gobierno Central del Distrito Federal y delegacional, así como ciudadanía en general e invitados especiales.



La etapa de difusión tuvo lugar en el Distrito Federal a través de mensajes de radio, la distribución de carteles en la Red de Transporte Colectivo, de tarjetas postales entre los actores involucrados y sitios públicos. Se realizó difusión en estaciones de radio del Instituto Mexicano de la Radio, IMER (Radio Ciudadana 660 AM) y colocó material tanto en las oficinas del INFODF, las del Gobierno del Distrito Federal, en la Asamblea Legislativa del Distrito Federal y la Delegación Álvaro Obregón.

Actualmente, la Campaña ha cerrado la primera etapa de promoción y difusión, a través de una intensa actividad de distribución de los materiales. Las distintas instituciones participantes -de acuerdo a sus medios, recursos y relaciones- se comprometieron con el proyecto para multiplicar los esfuerzos de difusión y distribución de los materiales en: transportes públicos, oficinas gubernamentales y sitios de interés público de la Ciudad de México.

Alcances

Se han distribuido los carteles y las postales, tanto las dirigidas a la ciudadanía como a las y los funcionarios públicos; apoyados en el trabajo desarrollado previamente y de acuerdo a las posibilidades de distribución de los actores participantes:

Actor social	Materiales promocionales entregados
Centro de Derechos Humanos Fray Francisco de Vitoria	10 carteles y 30 postales ciudadanas
Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal CDHDF	20 carteles, 70 postales ciudadanas y 100 postales funcionarios
Cultura Ecológica	10 carteles y 45 postales ciudadanas
Delegación Álvaro Obregón (Dirección de Participación Ciudadana)	75 carteles, 250 postales ciudadanas y 300 postales funcionarios
Secretaría de Desarrollo Social del Gobierno del Distrito Federal (Dirección de Igualdad y Diversidad Social)	40 carteles, 50 postales ciudadanas, 200 postales funcionarios
Fundar, Centro de Investigación y Análisis	10 carteles y 45 postales ciudadanas
Instituto de Acceso a la Información Pública del Distrito Federal InfoDF	85 carteles, 85 postales ciudadanas y 240 postales funcionarios
Instituto Federal de Acceso a la Información Pública IFAI	5 carteles, 30 postales ciudadanas y 30 postales funcionarios
Instituto Mexicano de la Radio IMER	3 carteles, 35 postales ciudadanas y 20 postales funcionarios
Libertad de Información México (LIMAC)	10 carteles, 45 postales ciudadanas
Sistema de Transporte Colectivo Metro	40 carteles
Procuraduría Social del Gobierno del Distrito Federal	380 carteles, 300 postales ciudadanas, 50 postales funcionarios
Asamblea Legislativa del Distrito Federal	100 postales funcionarios
Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Distrito Federal	50 postales funcionarios
Secretaría de Desarrollo Social del Gobierno del Distrito Federal	80 postales funcionarios
Evento Presentación-lanzamiento de las Reglas de Operación de los Programas Sociales del Gobierno del Distrito Federal	2 carteles, 14 postales ciudadanas, 210 postales funcionarios

Se han repartido hasta la fecha del Informe: casi 700 carteles. Hay que destacar que 40 fueron colocados en el Sistema de Transporte Colectivo Metro, en las líneas 1, 2, 3 y 9; lo cual garantiza un impacto importante, dado la cantidad de personas que mueve este sistema.

Asimismo, el 29 de enero de 2008 se presentó la Campaña dentro de un evento organizado por la Secretaría de Desarrollo Social del Gobierno del Distrito Federal para el lanzamiento de las Reglas de Operación de los Programas Sociales del Gobierno capitalino.

Por otro lado, la Campaña, así como las imágenes del mismo han sido incluidas en el número de enero de 2008 de la publicación El Obregonense, la cual tiene cobertura en la Delegación Álvaro Obregón; además, los materiales fueron incluidos en el sitio web de la mencionada delegación y de DECA, Equipo Pueblo, lo que significa un mayor impacto en la población.

Resultados - logros

Los resultados de la fase de Lanzamiento aún se pueden considerar preliminares pues la Campaña, se vio atravesada por el periodo vacacional de fin de año. No obstante, la ciudadanía conoció, en una primera remesa, algunos de los materiales y mensajes pues en la ceremonia de lanzamiento se distribuyó un porcentaje importante de los mismos.

Con la colaboración de las convocantes y participantes se logró desarrollar en forma exitosa la Campaña – desde la preparación y diseño, hasta el lanzamiento público –.

Significa además de que el tema hoy es relevante en nuestro país y en la ciudad de México. La Transparencia y Rendición Cuentas avanza, pero necesita aun de esfuerzos colectivos, ciudadanos y corresponsables para hacer realidad el derecho a saber y con ello la posibilidad de ejercer los otros derechos.



Probamos la sensibilidad y receptividad de instancias gubernamentales del gobierno del DF que asumieron un compromiso con la Campaña y con sus implicaciones, en términos de obligaciones o responsabilidades.

Nos parece un buen principio lo conseguido, pero estamos convencidas(os) de que hay mucho por hacer en este tema. Pensamos que en adelante es posible avanzar en dos direcciones mediante la difusión, pero también con la investigación para ubicar los nudos que en ocasiones obstaculizan este tipo de procesos.