

Jueves, 11 de septiembre de 2008
Edición # 2

Editorial - El Rojo

Así que esta edición marca la nueva (y ojala controversial) resurrección de Al Rojo. Se renueva y se revive la oportunidad que este medio de comunicación ha brindado a la comunidad sancarlista, una oportunidad de expresión, un lugar de encuentro, de comunicación, de oposición, de controversia. Pero bien, ¿por que valerse de este medio de comunicación como puente entre la comunidad? Y más, aun, ¿que es lo que representa Al Rojo? La respuesta parece a su vez simple e imposible de dar. En primera instancia, esta publicación busca dar al sancarlista un espacio en el cual pueda expresar libremente sus opiniones al respecto de lo que sucede en el día a día en nuestra vida en el colegio. Este periódico (por darle un nombre practico) provee una instancia independiente en la cual existe cabida para la oposición, para el descontento. Parece imperativo dar una oportunidad de oposición a quien lo desee, sobre todo si se trata, como lo es el caso, de una sociedad con rasgos de democracia (en su amplio sentido). Es

necesario que quienes tengamos algo que reprochar, aportar, o reconocer al respecto de esta sociedad en la cual convivimos, contemos con un medio real para hacer uso de la facultad del lenguaje. Así, entonces, Al Rojo propone un encuentro de opiniones argumentadas con el fin de informar, corroborar, o denunciar aquello por lo cual vale la pena expresarse. Más aun, Al Rojo será una voz unida, y a su vez segregada, será una voz que esperamos, tenga eco en los oídos de quienes debemos escuchar una réplica, una sugerencia, un comentario positivo, un comentario mordaz, pero en ultimas, SU comentario. Invitamos, pues, a toda la comunidad a hacer uso de esta herramienta que seguiremos ofreciendo mientras exista la posibilidad y la libertad de hacer uso de nuestra razón, nuestras palabras y nuestros argumentos. Pero se quedaría corto este periódico si solo buscara la denuncia y la oposición, así que no solo es esta una invitación para quienes tienen algo que reprochar, sino es también una invitación a quienes son reprochados para que puedan explicar, corroborar o desmentir aquello que se divulgue a través de este medio. Al Rojo pretende presentar las diferentes perspectivas

existentes al respecto de los temas tratados, y tratará de ser justo a la hora de dar la palabra a todo aquel que lo desee. Ahora bien, Al Rojo es un medio, mas no un fin, y es por eso que el compromiso lo tenemos todos, pues esto no sería más que un papel en blanco si ustedes no existieran, y si ustedes callan, al rojo perecerá en el silencioso olvido.

Juan Pablo Rodríguez 10B

11 de Septiembre: Una coproducción de Spielberg y The White House.

Hace siete años se cometió un acto atroz. Hace siete años vimos en televisión la repetición de cómo un par de aviones se estrellaban con ese centro de negocios y atractivo turístico tan reconocido. Hace siete años también se estrelló un avión contra el pentágono, pero el avión nunca apareció y después, de eso nada se habló. Hace siete años –dijeron- el terrorismo atacó la democracia. Un culpable: Osama Ben Laden. Una red terrorista: Al Qaeda. Una razón: Extremismo Islámico. Ya es hora de analizar los resultados uno por uno. Osama sigue libre. Debe estar muy

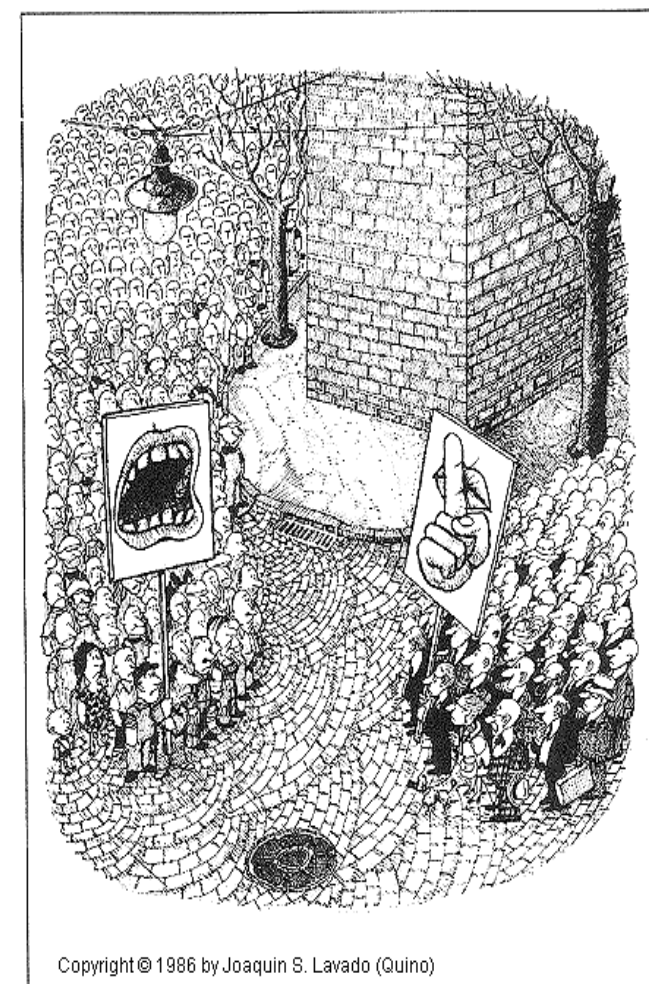
bien escondido para que la inteligencia gringa no lo encuentre. O de pronto está muerto, o quizás, protegido por esa misma inteligencia. EEUU salió perjudicado con su respuesta al ataque: una noche de ataques en Kabul quedó olvidada pero una guerra en Irak (país que nada tiene que ver con el terrorista # 1) sigue pesando en las conciencias, y en la popularidad de Bush. El asesinato de Saddam nada tuvo que ver con Osama, pero significó “un triunfo para la democracia” según la Casa Blanca. ¿Y las armas de destrucción masiva que supuestamente Hussein poseía?...ni un rastro de eso. Sigue la guerra en busca de quien sabe qué, siguen los muertos, Osama sigue libre, la democracia sigue siendo atacada (no precisamente por el terrorismo islámico) y nadie exige respuestas. EEUU, aún en su cima, está intacto y nadie se atreve a cuestionar sus acciones. Todo esto parece que fue más bien una película muy bien patrocinada por la CNN. Pero como no tenemos información concreta y cierta, nadie puede estar seguro de nada. De nada.

Juan Pablo Caicedo 10B

Un consejo utilitarista

En repetidas ocasiones ha habido señalamientos de que el Consejo Estudiantil es manejado como una empresa con ánimo de lucro. Más allá de si es cierto o falso pone sobre la mesa la discusión alrededor de cuáles deben ser las objetivos del Consejo. Uno de los más importantes y también de los más impopulares es el de formación de capital humano. Por ejemplo, reunir un grupo de personas capaces de concertar proyectos a pesar de que haya diferentes intereses en juego. Otro gran reto para el Consejo siempre será el de fortalecer la independencia y las actividades de los órganos de control. El fiscal siempre ha sido una figura desconocida que termina no ejerciendo sus funciones. Invito respetuosamente a quienes resulten vencedores en la contienda electoral del viernes a revisar este tema. Muchas gracias por su atención.

Fernando Valencia Olarte, Profesor



http://www.michaeltotten.com/archives/images/quino_demo.gif

Elecciones en el CSC

Al Rojo quiso conocer las respuestas a algunas preguntas sobre el sentido mismo del consejo y las elecciones,

por parte de los candidatos al consejo estudiantil. Hubo gran preocupación por ser hoy “día del silencio” y por eso se eliminó una pregunta que daba cabida para hacer proselitismo. Sin embargo, Al Rojo, quiso hacer una última reflexión antes de las elecciones, e insistió en conseguir estas respuestas, acerca de temas más generales y en esencia ajenos a esta campaña que culmina el 12 de septiembre. A continuación sus respuestas. Invitamos a los sancarlistas a votar CON CRITERIO.

1. ¿Cuál es la función del Consejo Estudiantil?

La llave de Linares, Salazar respondieron las tres preguntas en un solo párrafo.

L.S: El consejo estudiantil es la condensación de la voz de los estudiantes. Por eso el consejo va más allá de hacer eventos, va hasta donde alcanzan a llegar las opiniones de la comunidad entera. Estas opiniones serán reflejadas por el consejo que ha sido elegido por votantes consientes de que su voto hará que su voz sea escuchada. Pero, ¿cómo saber cual de todas las ofertas merece su voto? He ahí donde una campaña publicitaria

entra a dar a conocer al candidato y sus propuestas, para que sus intenciones y objetivos no se puedan prestar a mal interpretaciones.

Guerra, Duque y Pipi:

La verdadera función del consejo estudiantil es crear un ambiente en el que todos los sancarlistas nos intereseamos por crear cosas que nos hagan pasar un buen rato en los momentos en que no estamos en clase. No es tanto hacer eventos como muchos pensarían ya que para eso están los comités; la función del consejo es hacer que estos comités se interesen por trabajar bien para así lograr excelentes resultados. Además de esto el consejo debe tener siempre en cuenta el bien común y no el bien de su llave y amigos. Es por esto que creemos que las cuentas deben ser publicadas periódicamente para ver como se está invirtiendo el dinero del Consejo Estudiantil.

Suarez y Rosas

La función del consejo estudiantil es ser una cabeza líder para coordinar cualquier tipo de evento y actividad que tenga que ver con el cuerpo estudiantil del colegio. Así mismo escuchar las ideas, opiniones y propuestas de los estudiantes para

tenerlas en cuenta y buscar el beneficio de todos.

2. *El votante sancarlista vota conscientemente o es vulnerable al marketing electoral*

G,D,P: No podemos enmarcar a todos los sancarlistas en una única forma de pensar. Lo ideal sería poder decir que todos votamos conscientemente pero tristemente esto no es cierto. La semana pasada les preguntamos a varios estudiantes de 6 y 7 por quien iban a votar. La mayoría nos dijo el nombre de la persona por la cual votarían, enseguida les preguntamos si sabían que otros candidatos se iban a mandar y la mayoría conocía solo a otra llave por mucho. Esto demuestra que muchos sancarlistas, sobre todo en los cursos más bajos, son altamente vulnerables al marketing electoral y no votan a conciencia. Sin embargo, conocemos a muchos estudiantes, sobre todo en los cursos mayores, que aun están esperando a oír más propuestas para decidir por quien votar. Esto nos hace pensar que con los años de experiencia el sancarlista desarrolla cierto criterio como votante. Tal vez si este criterio se adquiriera de alguna forma en primaria las elecciones serían un poco

más serias y no caeríamos en las vergonzosas campañas que algunos candidatos hacen para impresionar a los pequeños.

S, R: Existen distintos tipos de electores; los que votan por criterio propio y analizan muy bien la campaña de los distintos candidatos y los que se dejan llevar por cuestiones que no tienen nada que ver con la argumentación y credibilidad del candidato.

3. ¿Creen ustedes que vale la pena gastar tanto en publicidad?

G,D,P: Si la presidencia del Consejo Estudiantil es vista como una competencia que hay que ganar a como de lugar convenciendo a una masa de votantes de poca inteligencia, entonces si, es indispensable gastar tanto como sea necesario para impresionar a los sancarlistas. Por el otro lado, si las elecciones son vistas como una exposición de propuestas e ideas para que un público crítico escoja entonces no, ya que los espacios dados por el comité electoral son más que suficientes para este fin. Nosotros vemos las elecciones más como esta última, y es por esto que ustedes no ven stickers con

nuestros nombres pegados a su maleta, ni dados gigantes meciéndose sobre su cabeza, ni corredores enteros decorados con telas enormes tratando de emocionarlos al mostrarles como nuestro concejo va a minar nuestra calle con los amigos de verde que tanto “velan” por nuestra seguridad. Es por eso que creemos que con conocer nuestra forma de pensar y nuestras propuestas es más que suficiente y es por esto que nuestra llave gastó y gastará 0 pesos en campaña.

S,R: La publicidad sobre todo es un incentivo para que la gente se entere de quiénes son los candidatos y se interesen o estén dispuestos a escuchar sus propuestas. En la mayoría de los casos los candidatos buscan llamar la atención de los electores más influenciables para ganar sus votos.

Al cierre de edición Al Rojo Vivo no recibió las respuestas de la llave Barón - Acuña - Ramírez.

¡Léalo y Rótelo!



Valencia 6°