

6
Rej



**Tesis que para obtener el Título
de Licenciado en Periodismo y -
Comunicación Colectiva**

Presenta

Raúl Héctor González Escobar



Universidad Nacional
Autónoma de México



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 está 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.

**LOS PEDREGALES: DE PERIODICO DE UNA CAMPAÑA
POLITICO ELECTORAL A VEHICULO DE EXPRESION EN LAS
ZONAS MARGINADAS URBANAS**

- + Experiencia de Comunicación, un Estudio de Caso
y Proposiciones de Comunicación Popular**

I N D I C E

	Pág.
Introducción	1
I.- LOS PEDREGALES EN LA CAMPAÑA POLITICO-ELECTORAL	8
1.1. Fundamentación para la creación	8
1.2. ¿Por qué se creó?	13
1.3. Fines a los que respondía	17
II.- LA COLONIA SANTO DOMINGO: DIAGNOSTICO PRELIMINAR A LA PROPUESTA DEL PERIODICO LOS PEDREGALES	22
2.1. Aspectos generales de la creación de la colonia Santo Domingo	22
2.2. Antecedentes históricos	29
2.3. Los servicios públicos en la formación de la colonia Santo Domingo	33
2.4. Situación de los servicios públicos y el equipamiento en la actualidad	35
III.- FORMAS DE COMUNICACION FRECUENTEMENTE UTILIZADAS EN LA COLONIA SANTO DOMINGO	45
3.1. Los líderes como generadores de opinión e informadores del grupo	46
3.2. Formas de comunicación de la comunidad con las autoridades	54
3.3. Comunicación entre los miembros de la familia	69
3.4. Exposición de la comunidad a los medios de comunicación colectiva	73

IV.-	LOS PEDREGALES Y SU ACEPTACION DENTRO DE LA COMUNIDAD	81
4.1.	Estructura y secciones	81
4.2.	Resultados	83
4.3.	Proposiciones	85
4.4.1	Centros para la comunicación popular	86
4.4.2	El periódico local como factor para el mejoramiento de la calidad de vida	90
V.-	CONCLUSIONES	103
	CITAS Y BIBLIOGRAFIA GENERAL	107

CAPITULO I

I.- LOS PEDREGALES EN LA CAMPAÑA POLITICO-ELECTORAL

1.1. Fundamentación para la creación

1.2. ¿Por qué se creó?

1.3. Fines a los que respondía

INTRODUCCION

Planteado como un medio de comunicación que reforzaría la estrategia propagandística de la campaña político electoral de José Carreño Carlón, nominado candidato a diputado federal del Partido Revolucionario Institucional en el XXII Distrito Electoral del Distrito Federal en los inicios de 1982, el periódico **Los Pedregales** nacía como un vehículo de comunicación entre electores y partido, y entre vecinos y autoridades.

La estrategia propagandística del partido para la campaña, planteaba, entre otras actividades, "hacer llegar a los electores la imagen, el pensamiento y las líneas de acción del candidato", a través de medios impresos que iban desde volantes, carteles, trípticos, hules estampados con logos e imágenes del PRI a color, folletos, revistas o periódicos, hasta otras vías tradicionales a partir de los medios colectivos como el radio y la televisión.

Por ello, y después del análisis social, cultural, político, económico y educativo de la población a la que había que llegar -y que en los datos preliminares de la investigación arrojaba como común denominador la desinformación de la comunidad respecto a los bienes y servicios elementales para su bienestar, en todos los niveles (personal, familiar e institucional), nació la idea de elaborar un medio de comunicación adecuado a las características de la zona.

El periódico se propuso como medio idóneo para ayudar a solucionar el problema antes expuesto. El título, **Los Pedregales**, identificaría a los habitantes de esa zona enclavada en el sur del Distrito Federal, específicamente en la delegación Coyoacán, (la mayor parte del XXII Distrito Electoral), asentada en un agreste terreno de lava volcánica del Xitle; pobladores arraigados luego de una larga serie de invasiones, de especulación y lucro con las áreas ejidales de la periferia de la ciudad. De ahí el nombre y el gentilicio para los habitantes: "Pedregalenses".

Los Pedregales nacía con el objetivo de informar a los electores, no sólo de las actividades de campaña del candidato, traducidas en la gestión de obras y servicios que por años no habían llegado a la población, en los elementales rubros de agua potable y drenaje, transporte público, limpieza y basura y seguridad pública por ejemplo, sino además, vendría a convertirse en el medio de expresión de esa población marginada y sería el vínculo de comunicación a partir de las organizaciones que ya tienen los pueblos, barrios, colonias y centros habitacionales del Distrito Electoral. La idea era pues, promover a través del periódico, la comunicación para la participación en las tareas vecinales.

El periódico incluía las demandas y las quejas más sentidas de la población. Crítica, denuncia y gestión se convirtieron en el trinomio que a lo largo de 4 meses de campaña darían vida a ese sector "cansado de promesas electora-

les".

Así pues, el estudio que ahora iniciamos partirá de la presentación de algunos problemas intraurbanos del Distrito Federal, vistos desde una muestra particular en la colonia Santo Domingo, una de las 36 que conforman el XXII Distrito Electoral, desde un enfoque meramente descriptivo, con el fin de ofrecer, primero el examen de las carencias de servicios, algunas de sus causas y sus consecuencias.

Y por otro lado, analizar como principal objetivo de la investigación, el fenómeno de la comunicación, particularmente en la colonia Santo Domingo, desde la perspectiva de que los medios masivos no incluyen proposiciones para la participación y la movilización ciudadana en la obtención de los bienes y servicios más apremiantes que les corresponden.

En general podemos presuponer que la radio y la televisión emiten mensajes para un público que se desenvuelve dentro de un contexto cultural y social en el que se provoca la exaltación de patrones de vida consumistas. Tales mensajes, elaborados bajo esos patrones, resultan totalmente ajenos a las necesidades y demandas de las colonias marginadas, que tienen otros marcos de referencia, otras necesidades.

Importa destacar que las empresas de la información no tienen interés en atender, en las actuales circunstancias de crisis económica y de credibilidad, las necesidades de información de grandes sectores populares donde se encuentran inmersos los grupos marginados.

Otro punto de nuestra perspectiva de estudio, estará en focado a revisar las pautas de comunicación social por parte del gobierno capitalino hacia los miembros de la sociedad y analizar, a través de este aspecto, esencialmente en el XXII Distrito, el acceso de los diversos sectores sociales a sus satisfactores básicos.

De lo anterior surgen nuestras principales hipótesis de trabajo. 1) El adecuado aprovechamiento de los mecanismos de comunicación vecinal es factor relevante en la resolución para la ágil dotación de servicios, lo que llevará a los miembros de la comunidad a participar en la solución de sus problemas. 2) La implementación de adecuadas estrategias de comunicación por parte de las autoridades del Distrito Federal conducirán a que los sectores marginados urbanos puedan tener acceso a una mejor dotación de servicios.

Grandes sectores de la población padecen día con día las consecuencias de la incomunicación social, entendida aquí como la ausencia de la organización de los individuos y los grupos en la toma de decisiones que afectan decididamente aspectos elementales de su cotidianidad. Entendida también como una transmisión en sentido único, sin que el emisor considere a los perceptores y sus características, provocando con ello que la respuesta de éstos sea la desatención, el mutismo y el fastidio.

Tal situación de incomunicación social es, previsible--
mente, la que provoca que ciertos sectores permanezcan en
un estado de inmersión, que limita su capacidad de participa-
ción en las decisiones, desminuye en grado extremo sus posi-
bilidades de educación y los aísla en la adopción de innova-
ciones indispensables para que puedan alcanzar mejores nive-
les de vida.

De aquí que estos grupos humanos permanecen comunica-
dos con el resto de la sociedad y sólo guardan precarios sis-
temas de comunicación interna: el rumor y la opinión de los
líderes, son claros ejemplos que abordaremos a lo largo del
presente análisis.

La falta de sistemas adecuados y suficientes de comuni-
cación limita por otra parte, la posibilidad de cohesión de
esos grupos, de tal suerte que si los medios no fomentan la
participación de esos sectores de la población, ni siquiera
es posible ejecutar, con un razonable grado de eficacia, pro-
gramas de alfabetización, de vivienda, de promoción social,
de salud o la aplicación de campañas primarias como las de -
limpieza y de vacunación.

Dentro del trabajo se torna indispensable elaborar la -
revisión de la presencia de los mensajes emitidos por el go-
bierno capitalino, con el propósito de establecer si respon-
den a las necesidades sociales, culturales y de servicio que
requiere dicho sector, con el añadido de conocer y analizar

los sistemas de comunicación que utiliza la Delegación Coyoacán, en cuanto a la dotación de servicios.

De igual forma, habremos de enfocarnos al estudio de la comunicación entre los diferentes niveles. Primero, la comunicación entre los integrantes del grupo social estudiado; segundo, la comunicación entre los miembros de la unidad familiar; y, tercero, la comunicación de los miembros del grupo con sus informadores externos.

Partiendo de las consideraciones anteriores, el presente estudio se avoca a la proposición de **Los Pedregales** como un medio de comunicación popular y participativo que pueda demostrar las posibilidades de otra comunicación, coherente con las necesidades que los sectores marginados presentan.

Porque es a nivel de la base social donde pueden multiplicarse modelos de comunicación distintos de aquellos que ejercitan los grandes medios masivos, y que no son tomados en consideración por el propio gobierno capitalino.

Se trata así, de analizar la propuesta como vía de aprovechamiento de sistemas de comunicación populares, como alternativa mediante la cual se brinde un ámbito de expresión y participación de los grupos y organizaciones locales.

I.- Los Pedregales en la Campaña Político-Electoral

1.1. Fundamentación para la creación

"Para comunicar es preciso elegir un mensaje claro, un lenguaje correcto y un medio apropiado", dice Jaime Goded (1) y agrega que "esta elección no es ni puede ser arbitraria".

A partir de este planteamiento, el equipo de campaña consideró necesario instrumentar un medio por el cual los sectores populares del XXII Distrito Electoral pudieran dar cauce a sus demandas, sus quejas y sus necesidades de servicios públicos que por años habían padecido.

El medio fue un periódico tabloide de 8 páginas en promedio cuyas características técnicas difieren de las del periódico de tipo standar (Excélsior, Universal, Sol de México, Herald de México, Ovaciones, Novedades) que se compone de 8 columnas de 9 cuadratines, con medidas de 54.5 X 35.5 centímetros totalizando 72 cuadratines por plana; impreso en papel rotopipsa, con 92 páginas distribuidas en 8 secciones.

El tabloide que se diseñó para **Los Pedregales** se integró de un formato de 5 columnas de 12 cuadratines con medidas de 45.5 X 32 centímetros que hacen un total de 60 cuadratines por plana; impreso en rotodiario, cuya calidad de impresión es superior, sin incluir secciones o suplementos.

La comodidad para la lectura en este formato fue factor determinante para su elección. Destaca en el periodismo mexicano la presencia en tamaño tabloide de periódicos como

unomásuno, La Prensa, Esto, Ovaciones, Punto (semanario) y La Jornada.

Ello, aunado al contenido, tuvo el propósito de facilitar a los lectores el manejo ágil y cómodo de un medio que respondería a sus necesidades de comunicación y desterraría la abulia que les provoca hojear periódicos "concebidos como un negocio, que amparados en una supuesta 'objetividad', rehusan a comprometerse con la lucha de los sectores". (2)

El título de **Los Pedregales**, identificaría a los habitantes de un sector popular marginado de los beneficios económicos y de los servicios públicos que gozan otros sectores de la ciudad, cuyos niveles de desinformación, ocasionada tanto por las políticas informativas del sistema de medios masivos, como por la imposibilidad de acceder a las fuentes de información, dificulta el acercamiento de esos grupos a la comprensión de su realidad y de sus intereses.

En su "vocabulario de comunicación", Jaime Goded define al periódico de la siguiente manera: "Originalmente, toda publicación impresa en numerosos ejemplares y aparecida de manera regular y más o menos frecuente. En la actualidad, se llama 'periódico' o diario a un medio de comunicación de masas complejo que organiza de manera característica los elementos dispares de un lenguaje escrito-visual específico para ofrecer cotidianamente una multiplicidad de mensajes diversos estructurados en una serie de hojas impresas de papel periódico". (3)

En su devenir histórico, el periódico, como instrumento de comunicación ha tenido una importante presencia en el mundo, pues su componente principal, la noticia, es información que la gente necesita con urgencia para determinar su rumbo en un mundo que cambia con rapidez.

En consecuencia, nos dice el tomo XII de la Enciclopedia Británica de México, "la oportunidad con que dichas noticias se hagan llegar al público es una de las principales preocupaciones del periódico" y abunda que la preocupación por la rapidez con que dichas noticias se hacen llegar al público, se ha hecho patente en el continuo aumento de innovaciones durante la segunda mitad del siglo XIX y la primera del XX.

Por más que el periodismo occidental se inició como algo sistemático, allá por el siglo V, A.C., con cartas manuscritas de índole noticiosa, la rapidez para poner al alcance del lector las noticias estaba supeditada, con raras excepciones, a la velocidad del caballo, en tierra, y a la del velero en el mar.

"En el siglo XIX, en un brevísimo lapso, surgieron la locomotora, el barco de vapor y el telégrafo. Un poco después se tendió el primer cable submarino. A mediados del siglo XX se añadían la telegrafía y la telefonía sin hilos, el teletipo, la máquina de componer tipo de imprenta a distancia y la televisión. Gracias a estos elementos --concluye-- el periodismo ha podido, no sólo suministrar las noticias -

del día, sino hasta del minuto y del segundo".(4)

En su obra "Periodismo Moderno", Siegfried Mandel (5), destaca que el propósito del periodismo es el de informar al lector sobre una situación particular en cuanto acontece. La misión del periódico consiste en mantener informado al lector tanto sobre las grandes noticias, como acerca de las pequeñas; hacer que advierta los innumerables cambios en el mundo; y convertirlo en parte de un punto del tiempo. Al grado que lo consiga, el periódico sigue siendo un medio sin par para transmitir las noticias.

Es importante destacar retomando de "Introducción al Periodismo, Información y Conciencias", de Vicente Romano (6) las propiedades que hacen del periódico un medio sin igual para transmitir información y necesario en el desarrollo de la sociedad. (ver anexo 1)

Acerca de la importante tarea que el periódico realiza para la sociedad, Mandel puntualiza que el periódico es un servidor de la comunidad, y también su guía. Lo que diga puede ser desagradable, pero no es posible desentenderse de ello. Nunca debe perder de vista su función principal que es la de informar, ni su función secundaria y separable, que es la de influir. Desde un punto de vista ideal, el periódico como informador, debe ser exacto, y no ha de dar al lector simples bocadillos que le despierten el apetito, sin satisfacerlo.

Para concluir Mandel señala que "cuando el periódico cumple su función de persuadir y aconseja una línea de conducta, deja de ser un transmisor pasivo de noticias y se convierte en un activo guía. Un buen periódico sugerirá la línea de acción que requiere una situación dada, la alternativa que, según crea en conciencia, es la acertada". (7)

En expresiones más completas acerca de la tarea informativa de los periódicos, del compromiso que deben asumir con la sociedad, del papel que juegan en la formación de una conciencia colectiva y de los intereses mercantiles que privan en su elaboración, Jaime Goded va más allá y los ubica en su concepción más compleja, como medios de comunicación de masas.

"La comunicación --asevera Goded-- se convierte verdaderamente en comunicación de masas cuando surge un mercado de masas, es decir, cuando las fábricas pueden producir y producen miles de aparatos receptores de radio y televisión, y las rotativas adquieren la capacidad para imprimir millones de ejemplares de periódicos todos los días.

"La necesidad de comunicar -continúa- desempeña un papel esencial en la vida contemporánea, y da lugar al nacimiento de toda una serie de oficios y profesiones de la comunicación y de sus formas. Nace así un nuevo producto: la comunicación de masas, cuya importancia deriva del carácter colectivo de la producción en la sociedad moderna. De ahí que los medios de comunicación de masas, se mueven en la

misma contradicción que priva en toda la sociedad mercantil: se trata de vehículos de uso colectivo que obedecen a intereses particulares, individuales o de grupos restringidos; y concluye:

"La comunicación masiva siempre será, por definición, manipuladora. Siempre hay alguien que decide cuáles mensajes emitir y como transmitirlos". (8)

1.2. ¿Por qué se creó?

A partir de estas premisas la concepción del periódico **Los Pedregales**, fue la de responder como expresión de enfrentamiento al "discurso autoritario", originado por los propietarios de los medios y de las propias autoridades delegacionales, "para lograr la participación consciente y organizada de los grupos populares en acciones comunes de carácter político-reivindicativo". (9)

El periódico rompería con los mecanismos y esquemas tradicionales de la propaganda política propuesta por la Secretaría de Información y Propaganda del PRI capitalino, en un cuaderno conocido como "Manual del Candidato a Diputado Federal". Se plantearía como una alternativa de comunicación popular, un periodismo de compromiso.

Así el periódico **Los Pedregales**, utilizado en el ámbito de la comunicación popular, se convirtió en un medio de corto alcance, porque la definición de su campo de influencia se limitaba a la consolidación y cohesión de sectores específicos de las clases populares que dan vida al Revolucionario Institucional en aquella zona.

De tal suerte que a través de la organización del XXII Distrito Electoral del PRI, cuya composición es de 8 subcomités y 159 seccionales, de los que hubo que seleccionar aquellos que en su base social tuvieran una verdadera conformación popular (sus características se definen ampliamente en el capítulo II del presente trabajo); se logró penetrar allí donde la comunidad tiene ámbitos precisos de acción y movilización.

Habría que destacar que **Los Pedregales** no se concibió ni funcionó como una prensa de tipo marginal, considerada en este sentido como un instrumento de comunicación alternativa, "pues también la mayoría de los periódicos marginales aparecen sin precisar cuáles son sus objetivos. Sus editores han sentido que la prensa política que publican deberá tener la función de agitar y, quizá, organizar". (10)

Raúl Trejo abunda y señala que entre los vicios más frecuentes de la prensa marginal se pueden destacar los siguientes: "1) La prensa marginal, especialmente la que es hecha por pequeños grupos de activistas, presta más atención a la discusión ideológica entre los grupúsculos de izquierda que a los problemas reales de los trabajadores. 2) Inmersa en la discusión de la teoría marxista clásica y en problemas metodológicos esta prensa no es sensible a los cambios sociales que ocurren a su alrededor y entonces no es capaz de servir a la lucha concreta 3) Aunque pretende distinguirse a la prensa burguesa, la marginal presenta su información con

una dispersión similar a la prensa comercial. 4) La prensa de izquierda pasa por encima de lo que vive la gente todos los días, "toda la temática de la prensa de izquierda es anticon-
 tidiana, no entra a la médula del hombre mismo". 5) La pre
sa marginal padece un estereotipado lenguaje izquierdista ba
sado en clichés y lugares comunes. 6) No sólo la técnica de
 redacción se domina deficientemente sino también las técni--
 cas gráficas y de impresión. Por eso la prensa marginal es
 poco atractiva y no incita a ser leída. Esto se debe a la -
 escasa imaginación de quienes la editan. 7) Aún cuando uti-
 liza el sistema comercial de distribución, siempre está en -
 desventaja frente a los periódicos burgueses que tienen gran
des tirajes y amplias facilidades para difundirse". (11)

Así en cuanto a los propósitos del periodismo y en
 sentido contrario a los métodos de la prensa marginal y de -
 la comercial, **Los Pedregales** se concebía como un espacio de
 síntesis, articulación y propuestas dentro del quehacer popu
lar, sus necesidades y sus búsquedas.

Este era el sentido del periódico: servir a un determi-
 nado sector de la población del XXII Distrito en la articulala
ción de sus demandas de bienes y servicios y en la búsqueda
 de adecuados sistemas de comunicación entre ellos mismos y -
 con las autoridades.

De tal modo que **Los Pedregales**, iba más allá de las actividades político-propagandísticas que asegurasen el voto a favor del Revolucionario Institucional y se convertía en una alternativa de expresión de los sectores populares al denunciar los pésimos servicios otorgados por la delegación Coyoacán y poner en evidencia las condiciones en que viven los grupos de nuestro sector estudiado.

"La participación popular surge, de una u otra forma, como rasgo definitorio de la comunicación alternativa, en tanto voz movilizadora y transformadora de los procesos populares", (12) en aras de una mejor calidad de vida.

El tipo de comunicación popular que se establecería con los habitantes no se daría bajo el conocido esquema, emisor-mensaje-receptor, diseñado para describir el flujo de la información en los medios comerciales.

La comunicación popular, en este caso, busca formas en las que los mismos públicos puedan ser emisores de sus mensajes.

"Una de las funciones de la comunicación alternativa, es el ser protagonista de una práctica social y expresión de sectores populares que la reconocen como propia", (13) porque lo alternativo es lo otro, lo diverso, lo que no se atiene a las reglas impuestas por el sistema dominante.

1.3. Fines a los que respondía

De aquí que el medio utilizado para dar forma a las necesidades de comunicación de nuestro grupo objeto de estudio, sería en consecuencia, el periódico **Los Pedregales**, cuya elaboración y difusión de los mensajes partían desde el punto de vista de los emisores-receptores y sus intereses de servicios, económicos y políticos.

Así, bajo tales premisas y para su elaboración, **Los Pedregales** se alimentaba de material proveniente de diversas vertientes fundamentales, a saber:

- Los propios grupos locales organizados para dar cauce a sus demandas y propuestas;
- Información básica sobre sus posibilidades de acción política;
- Información general acerca de la problemática urbana del Distrito Federal y particularmente la del XXII Distrito Electoral;
- Resultados de la consulta popular permanente en el XXII Distrito: demandas, sugerencias y acciones;
- Respuestas --cuando las había-- de las autoridades delegacionales en cuanto a la presentación de los bienes y servicios;
- Mensajes del Partido y del candidato presidencial;
- Colaboraciones individuales de los vecinos; y
- El apoyo del equipo profesional informativo encargado de la elaboración del periódico.

Cabe destacar que el sector de población al que fue dirigido el periódico, y que presenta como característica fundamental un bajo nivel socioeconómico padecen día con día las consecuencias de la incomunicación, entendida como la ausencia de la participación social de los individuos y los grupos en la toma de decisiones.

Tal situación de incomunicación social manifestada en el escaso contacto personal entre los individuos de la comunidad y en la organización de un frente común para la obtención de sus mínimos de bienestar es, previsiblemente, la que provoca que nuestro sector popular estudiado, permanezca en un estado de inmersión; y limitado en su capacidad de participación en las decisiones que afectan su vida diaria.

Al inicio de la campaña político-electoral, José Carreño abordó el asunto: "La falta de participación popular en la toma de decisiones sobre los servicios en la ciudad, es la causa de la existencia de problemas como la falta de agua, de transporte, de alumbrado y de vigilancia, así como los de acumulación de basura y la delincuencia en que se debaten miles de habitantes de los pedregales". (14)

"Por ello --apunta Carreño-- la campaña se centrará en un esfuerzo de comunicación que propicie una mayor participación organizada de nuestras comunidades, pues el acceso a los bienes y servicios es un derecho; no se mendiga, se exige". (15)

José Carreño no se quedaba en el análisis de las condiciones de vida y de comunicación entre los habitantes de los pedregales, sino que iba más allá a fin de que su propuesta no fuera sólo una crítica llena de buenas intenciones, decía: "La incomunicación que existe entre el gobierno y algunas capas de población marginada propicia los rumores e impide una relación política sana y racional", agregaba que "esa incomunicación representaba un gran obstáculo para la articulación de nuestra sociedad sobre bases civilizadas. Hay carencia de comunicación e información en la base social; para combatirla debemos poner énfasis en la creación de sistemas de comunicación adecuada para terminar con este mal social". (16)

A partir de este reconocimiento, Carreño anunciaba al arrancar su campaña en el XXII Distrito, "el establecimiento de un sistema de comunicación para la participación, basado en la organización que ya existe en los barrios, los pueblos, las colonias, los fraccionamientos y los conjuntos habitacionales que aliente a la ciudadanía y la haga más informada".- (17)

"Palabras apenas --comentaría León García Soler a lo propuesto por Carreño-- pero dichas en ese lugar, entre colonos y habitantes de zonas desamparadas y sin servicio alguno, son un compromiso mayor que el de ofrecerse a intervenir ante las autoridades valido del fuero y la militancia en el partido en el poder". (18)

Porque allí a nivel de la base social es donde pueden multiplicarse modelos de comunicación-participación distintos de aquellos que ejercitan los grandes medios masivos, y que no son tomados en consideración por quienes autoritariamente toman las decisiones en esta ciudad.

CAPITULO II

II.- LA COLONIA SANTO DOMINGO: DIAGNOSTICO PRELIMINAR A LA PROPUESTA DEL PERIODICO **LOS PEDREGALES**

- 2.1. Aspectos generales de la creación de la colonia Santo Domingo
- 2.2. Antecedentes históricos
- 2.3. Los servicios públicos en la formación de la colonia
- 2.4. Situación de los servicios públicos y el equipamiento urbano en la actualidad

II.- La colonia Santo Domingo: diagnóstico preliminar a la propuesta del periódico **Los Pedregales**

2.1. **Aspectos generales de la creación de la colonia - Santo Domingo**

A partir de la consideración de que la colonia Santo Domingo es una de las de más reciente creación en el Distrito Federal (ya que data de entre el 1 y el 3 de septiembre de 1971) y se ubica dentro del perímetro del XXII Distrito Electoral, la investigación preliminar para la proposición del periódico tuvo entre otros objetivos conocer los mecanismos de comunicación más frecuentes que se daban en ese sector urbano en sus diversas formas.

El objetivo era saber de qué manera se podía llegar a uno de los públicos de mayor afluencia electoral en el XXII Distrito (27 por ciento del padrón electoral), quienes tanto por su cantidad (cerca de 300 mil habitantes), como por sus características socioeconómicas, nos darían los parámetros a seguir para el diseño de **Los Pedregales**.

Dentro de las consideraciones preliminares sabíamos que se trataba de un sector marginado de los servicios públicos que otorga el D.D.F., a través de la delegación Coyoacán, en los rubros de agua potable, drenaje, basura, alumbrado público, seguridad y transporte, "cuyos pobladores, en su gran mayoría emigrantes que llegan a la Ciudad de México y por lo general no encuentran cabida en el mercado industrial de trabajo, gravitan hacia el estrato marginal ocupado. Van

poblando la periferia y todo espacio sobrante o deshabitado, formando colonias de paracaidistas o asentamientos humanos de cierta regularidad, pero extremadamente pobres", (19) además de que son objeto de los voraces especuladores del suelo urbano, como lo fue y es, el caso de Santo Domingo.

Generalmente estos emigrantes rurales que en un 80% conforman la colonia Santo Domingo, "tienen un destino ocupacional en actividades manuales no calificadas y devaluadas del mercado laboral urbano: algunos concurren hacia especialidades de tipo tradicional: carpinteros, hojalateros, zapateros, herreros, etc.; y otros, se enrolan como albañiles, boleros, vendedores de objetos inservibles, etc.", (20) tal como lo veremos en detalle en el cuadro 3 de este capítulo.

Su capacidad para participar como consumidores está limitada por su bajo nivel de ingresos, pero sobre todo por la irregularidad de sus entradas. De aquí que al referirnos a la marginación que sufre el sector objeto de nuestro análisis, no lo hacemos a partir de su desincorporación en el marco de la población económicamente activa del Distrito Federal, sino al lejano acceso que tienen a los bienes y servicios que se generan para la sociedad en general.

Aparte de la pobreza que se significa en el común denominador de la realidad social en que vive nuestro sector estudiado, los elementos adyacentes como los son la falta de seguridad en la tenencia de la tierra, salud, empleo y

vivienda se relacionan entre sí y se influyen mutuamente hasta lograr una identidad propia, una cultura y un mundo diferente.

De aquí que la investigación también se orientaría a conocer alguna de las causas y consecuencias de la insuficiencia de los satisfactores urbanos de la colonia Santo Domingo, porque es allí, en donde habitan estos sectores sociales, - donde se robustecen los sistemas de dependencia de estos grupos a sectores distorsionantes de la economía, la política y la cultura sobre todo donde se dan más fácilmente los procesos de aislamiento e incomunicación.

Así, el estudio de las condiciones generales de vida de la población de Santo Domingo, de la problemática que enfrentaron para su asentamiento, su origen y sus formas de comunicación --que desarrollaremos en el siguiente capítulo--, nos permitió proponer a la comunidad un medio que hiciera - más viable y efectiva la comunicación con ellos mismos, para darles una mayor cohesión como grupo que les permitiera un - contacto con las autoridades y de esta manera coadyuvar a su acceso a los mínimos de bienestar.

Surge entonces, para este apartado, otra hipótesis de - carácter general: Si una adecuada estrategia de comunicación al interior de la comunidad conduce a una mayor cohesión de sus integrantes, entonces se observará una amplia participación de los vecinos en la comunidad en que se lleva a cabo el programa de comunicación.

De este planteamiento surge una hipótesis aleatoria: Si una mayor cohesión, dentro de la comunidad producida por la comunicación, coadyuva a un contacto más efectivo y productivo con las autoridades encargadas de satisfacer las necesidades de servicios públicos, entonces se observará una mayor atención por parte de otros ante la comunidad en que se lleva a cabo el programa de comunicación.

Para la realización de este estudio hubo que llevar a cabo diversas actividades para el levantamiento de la información: entrevistas con los principales líderes de la comunidad; acceso a los datos de la delegación Coyoacán; información del Consejo Nacional de Población; el Registro Nacional de Electores; la Dirección General de Estadística; la Hemeroteca de la UNAM; bibliografía y al Centro de Comunidad "Familia Juárez Maza" del D.I.F. en Santo Domingo.

En el desarrollo del presente apartado retomamos los datos estadísticos elaborados por el área de promoción y atención a la comunidad del Centro de Comunidad "Familia Juárez Maza" del D.I.F. (21)

Ante el gran reto que significaba efectuar la investigación entre los 300 mil habitantes de Santo Domingo, hubo que delimitar el campo de acción, a partir de la investigación del D.I.F. local, que otorga servicios asistenciales a una población de 60 mil habitantes.

De esta población, retomamos el estudio del D.I.F. practicado entre 602 familias, 7 512 habitantes aproximadamente, quienes por sus características socioeconómicas representaban al grueso de la población de la colonia Santo Domingo.

Sin desear que este capítulo se convierta en una mera descripción monográfica de la zona, los datos que aquí se manejan, tienen el único fin de justificar la fría presencia de los números estadísticos, los cuadros explicativos y los mapas descriptivos.

Dentro de la colonia Santo Domingo, tanto por su extensión --20 kilómetros cuadrados aproximadamente-- como por su población --300 mil habitantes--, se delimitó como base del estudio la zona de influencia del Centro "Familia Juárez Maza" del D.I.F. cuya ubicación territorial es la siguiente: al norte, colinda con avenida de las Torres; al poniente, con las calles de Azhares y Luis G. de León; al sur, con Benito Juárez; y al oriente, con la calle de Tetongo.

En su conjunto, Santo Domingo colinda con las siguientes colonias: al norte, con el Fraccionamiento Romero de Terreros; al este, con la colonia Ajusco; al oeste, con una parte de Copilco y terrenos de ciudad Universitaria; y al sur, con el Anillo Periférico y la avenida IMAN. Por lo que hace a las Delegaciones Políticas con las que tiene vecindad, la situación es como sigue: al norte con la Benito Juárez, al sur con Tlalpan, al este con Iztapalapa y hacia el oeste con Villa Alvaro Obregón.

Como dato interesante encontramos que las características del terreno donde se asienta la colonia Santo Domingo son de roca de origen volcánico que se reconoce proveniente de las erupciones del Volcán Xitle, aunque se considera que por

lo menos hubo tres procesos eruptivos anteriores a éste, empezando desde el período Mioceno Tercero de la Era Terciaria o Mezozoica, según los datos de los expertos.

Por lo tanto el suelo donde se asienta la colonia tiene una gran cantidad de cuevas y grietas que en su tiempo fueron de enfriamiento, hoy son utilizadas como fosas sépticas de 12 y hasta 15 metros de profundidad.

La roca que se formó de las erupciones está clasificada como basalto con afinidades alcalinas y se calcula una edad de 2400 años. Todo ello representa verdaderos desafíos para la urbanización. El clima como promedio es caluroso debido a la escasa flora. La precipitación pluvial es abundante en los meses de julio a septiembre dado el alto grado de erosión en la zona.

Dentro del área de influencia del centro "Familia Juárez Maza" del D.I.F., se asientan 60 mil habitantes. De 602 familias que fueron entrevistadas en la colonia Santo Domingo, se obtuvo un total de 7 572 habitantes, de los cuales un 51.26% corresponde al sexo masculino (3,882) y un 48.74% al sexo femenino (3,690).

En el siguiente cuadro podremos observar con mayor detalle los datos anteriores incluídas las edades.

EIDADES	S E X O				TOTAL	%
	M	%	F	%		
0-1	120	3.00	92	2.40	212	2.30
1-4	348	8.96	368	9.97	716	9.50
5-14	1202	30.97	1210	32.80	2412	31.90
15-44	1772	45.65	1596	43.25	3368	44.50
45-64	398	10.25	382	10.35	780	10.30
65-MAS	42	1.08	42	1.14	84	1.50
TOTAL	3882	100.00	3700	100.00	7572	100.00

Como se puede ver, existe muy poca diferencia en cuanto al número de personas entre uno y otro sexo.

Por lo que hace al estado civil de los encuestados, se encontró que de 3,158 habitantes mayores de 12 años, un - - 44.60 corresponde a casados, un 48.63 son solteros, un 4.24 en unión libre, un 0.95 corresponde a divorciados y un 1.58 por ciento a viudos.

ESTADO CIVIL	NUMERO DE PERSONAS	%
CASADOS	1408	41.00
SOLTEROS	1536	48.63
UNION LIBRE	134	4.24
DIVORCIADOS	30	0.95
VIUDOS	50	1.58
TOTAL	3158	100.00

2.2. Antecedentes históricos

Dentro de los datos que pudimos recabar en diversas fuentes, todos coincidían en señalar que los antecedentes históricos de la formación de los terrenos donde se asienta Santo Domingo, se remontan al periodo preclásico superior.

De aquí que se asegura que los primeros pobladores de Santo Domingo pertenecieron a la cultura olmeca.

En la cuenca de México, existen vestigios de esta cultura, característicos del periodo preclásico superior. Estructuras ceremoniales como el Cerro del Tepalcate (cerro de Tlatilco), Cuicuilco y Tlapacoya, los cuales fueron cubiertos por el volcán Xitle (400a.c.) que formaba parte de la sierra del Ajusco.

Al entrar en erupción el volcán, grandes cantidades de lava cayeron sobre los pueblos más cercanos y toda la región sureste de lo que es ahora la ciudad de México, quedó sepultada dando origen a la formación de grandes extensiones de pedregales. La zona permaneció semi despoblada.

Consumada la conquista y más adelante los datos indican que hasta el año de 1752, los nativos del pueblo de Los Reyes, Coyoacán, fueron los primeros en explotar los recursos de Santo Domingo, que consistían principalmente en flores, frutas, nopales y piedras volcánicas labradas. Estos, por la necesidad de ir y venir de Los Reyes a Santo Domingo, decidieron asentarse en la región, convirtiéndose por ello en los primeros pobladores de esta agreste zona.

Desde que se tiene esta información y hasta 1920, no -
ocurriría nada extraordinario en aquellos desiertos e inhós-
pitos parajes, en donde la agricultura era algo más que un -
imposible.

Por algo que ellos consideraban un derecho de posesión,
los pobladores de Los Reyes heredaban de generación en gene-
ración aquellas tierras que cuidaban con verdadero celo, -
pues era parte de su escaso sustento y patrimonio familiar.

En 1920, el entonces Presidente de la República, gene--
ral Alvaro Obregón, decide expropiar los terrenos de Santo -
Domingo, decretándolos como propiedad de la nación. Sus mo-
radores y aparentes dueños no oponen resistencia al mandato
presidencial y son reubicados en el pueblo de Los Reyes.

El decreto permaneció vigente hasta el año de 1945 cuan-
do los descendientes de los nativos, encontraron un documen-
to detrás de la imagen de Santo Domingo, en la iglesia de -
Los Reyes. Se cuenta que dicho documento fue elaborado por
la reina del pueblo de Coyoacán, en el cual se otorgaba el -
derecho de posesión de las tierras del pedregal a esos des--
cendientes, quienes de inmediato se posesionaron del lugar.

Esta posesión estaba amparada solamente por el documen-
to encontrado en la iglesia y no oficialmente. Por ese en--
tonces, el Presidente López Mateos, actúa y cede legalmente
1500 metros cuadrados a cada uno de los 1,043 comuneros, de
los cuales sólo 25 habitan esas tierras, debido a lo acciden-
tado del terreno.

Los que ahí se asentaron carecían de todos los servicios y jugaban un papel muy importante pues cuidaban el terreno del resto de los comuneros.

Mas esto no duró mucho tiempo. Datos no muy precisos destacan que entre el primero y el tres de septiembre de 1971 --ver recuadro-- se da una de las invasiones más dramáticas y a la vez de mayor éxito ocurridas en la ciudad de México. 10 mil familias provenientes principalmente de los estados de Michoacán, Hidalgo, Guerrero, Oaxaca, México, y otro tanto de colonias periféricas al Distrito Federal, se asientan en las tierras comuneras contiguas, a Ciudad Universitaria.

El periódico El Día (aparentemente el único que se ocupó de la información) del 12 de noviembre de 1971, destaca la noticia, en su sección área metropolitana: "Las 10 mil familias que se posesionaron de los terrenos ejidales de Santo Domingo Los Reyes a principio del mes de septiembre, continúan edificando sus viviendas y rompiendo la piedra volcánica para abrir caminos y tener comunicación". (22)

Esta rápida acción de invadir los terrenos de Santo Domingo no sólo se debió al alto grado de organización conseguida por los líderes de la colonia, sino también a la presencia de gran número de familias jóvenes que llegaron de paracaidistas adyacentes en proceso de consolidación, en las que vivían en calidad de arrimados con familias.

Testimonios de los que ahora habitan la región dan cuenta de los resultados de la enorme movilización.

El grupo invasor entró por una enorme brecha que posteriormente denominaron como "calle de las promesas", en la actualidad oficialmente se llama "manifiesto de Juárez". En esta acción, el grupo que representaba a los comuneros se enfrentó en una cruenta lucha contra los invasores, quienes por su número lograron cumplir con su objetivo. El resultado fue trágico y las muertes que hubo, jamás se pudieron contabilizar.

La lucha no paró ahí. Una vez asentados los invasores, los comuneros unidos, comenzaron a incendiar las improvisadas viviendas de cartón y lámina, prohibían a punta de escopeta y pistola la entrada de agua y alimentos a la zona. A pesar de ello, los invasores no cejaron en su empeño y en cuatro días la colonia contaba ya con una población de 20 mil personas, convirtiéndose así en uno de los asentamientos irregulares más grandes de América Latina para aquella época.

La persistente acción de los invasores provocó la ira de los comuneros quienes la noche del 15 de septiembre atacan de nuevo y violentamente las improvisadas chozas sin importarles la presencia de niños y mujeres.

Ante esta circunstancia, los invasores deciden entrevistarse con el entonces regente de la ciudad, Octavio Senties Gómez y obtienen un amparo contra las acciones de desalojo por parte de los comuneros. Con ello la violencia se detiene, en virtud de la intervención policiaca en la zona.

2.3. Los servicios públicos en la formación de la colonia Santo Domingo

Los servicios en la incipiente colonia son inexistentes; el agua es traída en pipas y la electricidad se puenta por medio de "diablitos". La mayoría de las casas se compone de un sólo cuarto levantado a base de materiales provisionales: madera, cartón, lámina y mantas.

A pesar de la inseguridad, las constantes amenazas de erradicación por parte del gobierno (practicamente imposible dado el tamaño de colonia), --ver recuadro-- e intervenciones de la policía con objeto de pñohibir el mejoramiento de las casas, una parte significativa de familias comienzan a mejorar sus viviendas. Barracas de láminas de cartón corrugado son sustituidas por estructuras de tabique para la edificación de uno o dos cuartos. Los lotes fueron trazados formando un gran rectángulo.

La mayoría de las familias ocupan cada una un lote, y sólo una pequeña proporción la comparte.

Es importante hacer notar que los comuneros ya habían entablado negociaciones antes de la invasión, con autoridades del INDECO, en donde se planeaba fraccionar y construir una colonia residencial.

Y precisamente el 27 de mayo de 1972, INDECO interviene entre los grupos en conflicto con el propósito de llevar a cabo el proceso de regularización de la tierra, pero como sus planes eran de expropiación, fueron rechazados por el grupo invasor.

Ante tales circunstancias, los invasores se dirigen nuevamente al regente Sentíes y con plantones en el Zócalo y manifestaciones violentas consiguen una cita el 5 de junio de 1972 en donde firman un acuerdo en el que ambos grupos se comprometen a trabajar unidos.

Para 1973, el regente envía a la comunidad a elementos de la Procuraduría de las Colonias Populares para llevar a cabo el proceso de regularización. Tal acción no se concreta, pues en 1973, el Presidente Luis Echeverría crea FIDEURBE para resolver los problemas de asentamientos irregulares en el D.F.

No es sino hasta el 24 de junio de 1974 que el gobierno accede a vender a un bajo precio los lotes a los ocupantes. Así debido al gran asentamiento, FIDEURBE, se vió en la necesidad de fraccionar los terrenos en 200 metros cuadrados como máximo y 90 como mínimo. A los comuneros que originalmente se les había dotado con mil quinientos metros, se les

legalizan sólo 500 y les indemnizan con 40 mil pesos por el terreno expropiado. En esa acción solamente se legaliza a quienes hayan llegado antes o en período de invasión.

En esas fechas el Instituto Nacional de Protección a la Infancia, INPI, había ya construído dos escuelas y un centro social en la colonia y la compañía de luz estaba por regularizar el abastecimiento de energía eléctrica instalando medidores individuales.

Una vez logrado el proceso de regularización, -no en su totalidad-, los servicios públicos comenzaron a funcionar. El agua les fue abastecida por medio de pipas, luego a través de hidrantes públicos y en algunas viviendas se instalaron tomas dentro de las mismas.

Al principio las calles fueron trazadas en forma anárquica por los moradores. Posteriormente, a través de la delegación Coyoacán, algunas fueron trazadas, alineadas y pavimentadas en forma más precisa; el resto permanece de terracería.

2.4. Situación de los servicios públicos y el equipamiento en la actualidad

En el período de realización de este trabajo, el panorama de los servicios en la colonia no es nada halagador. Habían pasado 13 años del proceso de asentamientos en la zona y las condiciones de vida de sus habitantes en nada se alejan de las que prevalecían en aquel tiempo. La población ha crecido notablemente. Lo reconocemos, han habido cambios en los servicios, pero sabemos también que son susceptibles de

mejorar.

Así en el marco de los servicios públicos en Santo Domingo, actualmente la situación es como sigue:

Santo Domingo cuenta entre sus principales medios de transporte con los autobuses de la ruta 100, los llamados "peseros" y alguno que otro taxi que circula por la colonia. Las rutas que se siguen tienen como punto de origen, las esquinas en donde se ubica el DIF; es decir, entre las calles de las Rosas y Tetongo.

Las rutas parten hacia los lugares en donde la transportación se hace más expedita: Estaciones del Metro Taxqueña, Zapata, Ermita, General Anaya, San Angel, Coyoacán y Ciudad Universitaria.

Los habitantes de la colonia que viven alejados de las avenidas principales, tienen que caminar grandes distancias para poder abordar alguno de estos transportes y en ocasiones las rutas de los "peseros" son insuficientes para cubrir la demanda, además del abuso de los choferes respecto de las tarifas, lo que representa un grave deterioro a la economía familiar.

La colonia cuenta solamente con diez casetas telefónicas, y la mayoría de ellas se encuentran en muy mal estado. Existen dos oficinas de correos y una de telégrafos.

La luz doméstica está instalada en un 80%. El alumbrado en las calles, es deficiente.

La mayor parte de las familias tienen tomas de agua intradomiciliarias, con un pésimo sistema de distribución por parte de la delegación política de Coyoacán, así como por las fugas en la red y las tomas clandestinas.

Toda la zona de Santo Domingo carece de drenaje. Ello provoca focos de infección en el área y es la causa del elevado índice de enfermedades gastrointestinales. El accidentado terreno es lo que impide la instalación de una red de drenaje, por lo que las grietas y cavernas de la piedra volcánica, se utilizan como fosas sépticas.

El servicio de recolección de basura, resulta insuficiente para cubrir las necesidades de la comunidad ya que el equipo que emplea la delegación para ello es obsoleto e insuficiente. Las unidades en buen estado son enviadas a otras colonias, en donde la gente puede pagar las cuotas que fijan los choferes.

La zona cuenta con sólo tres servicios médicos asistenciales: dos, corresponden al Departamento del Distrito Federal, "La Ciénega" y el "Centro de Productividad Comunal Las Aulas", y el "Centro Familiar Juárez Maza", que pertenece al DIF.

Los servicios médicos en estos tres lugares son insuficientes, tanto por la carencia de material médico, como de doctores. A los responsables del estudio les fue difícil en contrar las tasas de morbilidad de la colonia Santo Domingo ya que los servicios que se prestan en aquellos lugares son superficiales.

Entre las enfermedades más frecuentes destacan las siguientes: Infecciones de las vías respiratorias, parasitosis, amibiasis, anemia, gastroenteritis, dermatosis, dispepsia y leucorreas.

Los problemas de salud que enfrenta la comunidad, van en relación directa a la situación económica de los habitantes así como a la carencia de diversos servicios públicos.

Así tenemos que algunas de las causas que dan paso a la proliferación de focos de infección en la zona, se deben al insuficiente servicio de recolección de basura, la falta de drenaje y el escaso servicio de agua potable.

Otras de las causas que influyen son el hacinamiento en la mayor parte de los hogares (12.5 personas por vivienda) además del alto índice de alcoholismo y drogadicción que se registra entre adolescentes y adultos de la zona.

Actualmente la colonia Santo Domingo cuenta con un total de 17 instituciones educativas, entre jardín de niños, primaria y secundarias técnicas, distribuidos de la siguiente manera:

+ Escuelas de atención preescolar	4
Número de aulas	4
Número de profesores	8
Número de alumnos	147
+ Jardín de Niños	2
Número de aulas	13
Número de profesores	20
Número de alumnos	580
+ Primarias	6
Número de aulas	84
Número de profesores	173
Número de alumnos	7,450
+ Secundarias	5
Número de aulas	52
Número de profesores	150
Número de alumnos	3,501

Las cifras antes mencionadas arrojan como totales los siguientes: 17 escuelas, 153 aulas, 351 profesores y 11,678 alumnos. Tales resultados nos llevan a la conclusión de que la capacidad instalada de las escuelas es rebasada por el alto número de escolares que asisten, además de los que quedan fuera por la falta de lugares.

Dadas las características socioeconómicas de la zona, bajo nivel de ingresos, desempleo y subempleo encontramos un marcado incremento de deserción escolar y de saturación del equipamiento escolar existente.

Respecto a los grados de escolaridad y analfabetismo de la población, se observó que los habitantes de Santo Domingo, tiene un índice bajo de escolaridad. Esto es que el 8.16% son analfabetas, 5.03% no tienen grado escolar, pero saben leer y escribir, 17.30% tienen cursados menos de tres años de primaria, 28.94% tienen de tres a cinco años de primaria cursada o equivalente, 0.29% cursaron la normal, 1.20% alguna carrera técnica, 2.69% cursó la preparatoria o equivalente y el 1.57% tiene carrera profesional.

Como referíamos líneas atrás, el estudio del D.I.F. local incluyó a 602 familias, que arrojan un total de 7 572 habitantes, cuyo promedio es de 12.5% de personas por vivienda.

El 45.50% de las viviendas cuentan con 3 habitaciones, el 32.90% cuenta con 2 y el 21.60% solo con 1, lo que nos determina que una gran cantidad de personas que habitan en la colonia Santo Domingo viven hacinados.

En los datos del D.I.F. local encontramos que el 59.47% de las viviendas tienen la cocina separada de la casa habitación y el 40.53% la tiene integrada, lo que representa una alta proporción, en virtud del riesgo de intoxicaciones que pueden sufrir los moradores como consecuencia de las pésimas instalaciones de estufas y calentadores.

Encontramos que el 90.3% de las casas tienen piso de cemento y un 9.97% cuentan con piso de tierra. Por lo que hace a la estructura de la casa, el 40.20% cuenta con techo de concreto, el 34.22% de lámina de asbesto, el 15.61% de lámina de cartón, el 8.64% de teja y el 1.33% de madera. Por lo que hace a los muros el 93.36% es de tabique, el 3.32% de lámina de cartón, el 1.33% de madera y un 0.33% de adobe.

Como corolario de esta revisión de los servicios básicos y el equipamiento urbano en Santo Domingo, importa destacar el balance y el análisis que de la situación de los asentamientos irregulares hizo el propio candidato a Diputado por el XXII Distrito, José Carreño, y de las consecuencias de esta problemática, observadas por él, en el tercer mes de su campaña política.

"En los llamados asentamientos irregulares la privatización de la gestión pública hace que lo irregular se vuelva imperio, imperio de la arbitrariedad y de la concentración del patrimonio urbano.

"La irregularidad de estos asentamientos acaba con los más elementales vínculos de cohesión y solidaridad. He visto hermanos, primos y cuñados en guerra de exterminio entre ellos mismos por unos metros para vivir o unos cuantos centímetros para poder pasar a viviendas miserables sitiadas por otras viviendas miserables.

"La guerra por la tierra divide a los pobres entre sí, a vecinos, a ejidatarios y permisionarios, a comuneros y colonos. Terrenos que pasaron años sin estar regularizados en beneficio de poseionarios humildes, de pronto aparecen legalizados en favor de una compañía fraccionadora; terrenos destinados, por decreto presidencial, a zonas verdes y de servicios, aparecen de pronto con títulos de propiedad privada emitidos con anterioridad.

"Es así como en estos lugares, se caminan kilómetros sin encontrar campos deportivos; y es así que a nuestro paso los jóvenes de entre 12 y 24 años, quienes en grupos cada vez más numerosos, se ocultan en montículos de piedra que les sirven de refugio y escondite para drogarse y alcoholizarse.

"Sin expectativas, sin escuelas medias y técnicas suficientes, sin lugares para el esparcimiento sano; sin utilidad a su energía en sus hacinamientos familiares y plurifamiliares, esa ausencia social de los jóvenes, corresponde a su presencia antisocial, que multiplica asaltos y violaciones.

"De aquí que la privatización de las gestiones públicas ha tenido una secuela peligrosa en la privatización de las aspiraciones sociales, pues se atenta, a todas luces, contra la posibilidad de desarrollar fórmulas de vivienda y de servicios con un sentido de suficiencia colectiva. Por eso algún estudioso, habla ya del apartheid urbano.

"En estos asentamientos irregulares, la situación ha llegado y puede llegar a ser explosiva. Da la impresión que allí, la estabilidad pende de un hilo", concluye Carreño.

(23)

Así expuestas las cosas, el siguiente capítulo abordará las formas que los habitantes utilizan para comunicarse con las autoridades, con los miembros de la comunidad y entre las propias familias en su lucha por la obtención de aquellos servicios que les proporcionen bienestar.

CAPITULO III

III.- FORMAS DE COMUNICACION FRECUENTEMENTE UTILIZADAS - EN LA COLONIA SANTO DOMINGO

- 3.1. Los líderes como generadores de opinión e informadores del grupo
- 3.2. Formas de comunicación de la comunidad con las autoridades
- 3.3. Comunicación entre los miembros de la familia
- 3.4. Exposición de la Comunidad a los medios de comunicación colectiva.

III.-Formas de comunicación más frecuentemente utilizadas en la colonia Santo Domingo

Hemos partido de la premisa de que la carencia de los elementales servicios públicos y la infraestructura urbana de que carecen los habitantes de la colonia Santo Domingo --señalados en el capítulo anterior--, se deben en parte (y sin caer en determinismos) a la falta de una comunicación permanente y directa de estos con las autoridades que los brindan, así como a la ausencia de programas de la delegación que propicien la participación popular organizada en la toma de decisiones.

Para llegar a tal afirmación, emprendimos la búsqueda de las formas de comunicación, internas y externas de la comunidad, con el propósito de conocer algunas de las causas que motivan su consecuente aislamiento y marginación a los elementales servicios urbanos, cuyas consecuencias acabamos de revisar en el capítulo anterior.

Ello, como lo hemos dicho, con el fin de presentar proposiciones de comunicación que generen ámbitos de expresión y participación de los grupos en tareas que les permitan obtener mejores niveles de vida.

De suerte que en este apartado, habremos de avocarnos a revisar la influencia de los líderes de la colonia como conductos de información para la comunidad; como agentes de consolidación de la colonia y del tipo de relaciones que han establecido entre la comunidad y el aparato gubernamental.

Analizaremos las formas de comunicación de la comunidad con las autoridades que les proporcionan los servicios públicos; la descripción de las respuestas a sus peticiones y mencionaremos la ausencia de una política de comunicación de parte de la delegación Coyoacán, destinada como coadyuvante a resolver las carencias de la comunidad.

En la misma forma, conoceremos en el presente capítulo, los métodos de comunicación entre los miembros de la familia, para conocer sus necesidades y sus formas de resolverlas.

Otro de los puntos relevantes del análisis será el rumor y su repercusión en la comunidad.

Por último, veremos los grados de exposición de la comunidad hacia los medios de comunicación colectivos, y saber si los mensajes de tales medios, responden a sus expectativas como comunidad en particular.

3.1. Los líderes como informadores del grupo

Cabe destacar que el punto de partida en el análisis de los líderes de la colonia Santo Domingo, es desde la consideración del papel que asumen en el proceso de la comunicación con el grupo.

Así estos líderes que "trabajan" en la colonia, lo hacen desde la óptica de sus intereses personales, y vienen a convertirse en líderes de opinión de los sectores a los que representan en virtud de que toman las decisiones del grupo, pues poseen más información que ellos.

Al contextualizar a estos personajes coincidimos en la referencia que hace G. Maletzke al precisar que "en el sentido estricto del término, es indudable que el comunicador-emisor ejerce influencia sobre las opiniones del perceptor" particularmente aplicada esta consideración "para aquellas personas que forman y modifican la opinión de sus prójimos, en el contacto personal y directo". (24)

Al retomar pues la experiencia de las relaciones comunicativas entre los líderes de Santo Domingo y la comunidad nos propusimos capturar sus elementos de comunicación a fin de incorporarlos en la propuesta del proyecto que **Los Pedregales** proponía para la comunidad, además de otras vías alternativas de comunicación que se sugieren en el capítulo IV de este trabajo.

Elementos que se dan a partir de las relaciones directas, cara a cara, entre los líderes de la colonia con la comunidad y sus efectos inmediatos destinados a la movilización y a la acción directa.

A lo largo de la investigación observamos que los líderes locales fundamentan su influencia en un carisma personal y en lazos afectivos. El control que ejercen sobre su zona de actuación, es informal, personalista y a menudo arbitraria.

Hay quienes por convertirse en intermediarios entre las autoridades y la comunidad, llegan a obtener tal poder, que incluso, la decisión oficial para introducir servicios o realizar trámites en dependencias públicas, está determinada por la "sugerencia" de estos individuos.

"Con frecuencia --dice Jorge Montaña-- este tipo de personajes son incorporados a la máquina política local o simplemente se les nulifica en caso de no tener la disposición necesaria para la negociación". (25)

En el trabajo de campo que desarrollamos encontramos que desde su fundación, Santo Domingo contó con diversos representantes o líderes, quienes se subdividieron la colonia por zonas de actuación en las que fueron ganando adeptos entre la comunidad, conforme los beneficios que obtenían para sus representados.

De ahí que la provisión de servicios públicos que conseguían con las autoridades y su intervención en los asuntos de regularización de la tenencia de la tierra, se convirtieron en la fuente principal de control interno, pues ambas actividades representaron una forma de lucro insustituible para los líderes.

La influencia que estos personajes ejercieron en la comunidad, y de la que daremos cuenta líneas más adelante por su posición ante las autoridades, jugó un importante papel en la consolidación de la colonia.

La competencia que se dio entre los líderes al subdividir ellos mismos la colonia, en una aparente distribución equitativa de las "zonas de explotación", facilitó más su relación con los pobladores, pues su legitimidad y poder, descansó también en sus contactos externos de los que se auxiliaron para la obtención de logros materiales para la comunidad.

En la época de consolidación de la colonia, que no es la misma que la del proceso de invasión --y hasta la segunda etapa de organización vecinal promovida por el D.D.F.-- encontramos que los principales líderes de Santo Domingo fueron los siguientes: Manuel Romero Pérez, considerado como el principal promotor de la invasión ocurrida en esos terrenos, representante de la zona conocida como "meseta central" y parte de Copilco; María Aguilar Aguilar, de la zona Ciénega; José Martínez Juárez, alias "Serranito" y Rogelio Rojas, "El Teniente", controlan la zona de Copilco; Juan Ramos, líder de "La Rinconada", quien registró a sus representados como asociación civil.

Cabe destacar dentro de esta lista, la personalidad de la señora María Castillo, que por su notable influencia ante diversas dependencias del Departamento del Distrito Federal y la propia delegación Coyoacán obtuvo tal poder en toda la colonia, que llegó a modificar las actividades de los líderes y controlarlos en torno a ella. A esta mujer dedicaremos un espacio líneas más adelante.

Encontramos también, subordinados a los principales líderes de la colonia, a otros de menor rango que tienen control sobre pequeñas zonas: Manuel Ramírez, "el santaclós"; Josefa Torres Barajas, "La Güera"; Ricardo Pérez, "La Chaperrita"; Juan Mexicano; Noé Miranda; Luis Romero y "Camachino", entre otros.

Estos líderes tuvieron una influencia decisiva, como ya lo dijimos, en la formación de la colonia pues a pesar de su aparente disparidad política, social y económica, lograron organizar a la comunidad en general en diversas formas, para la demanda de sus servicios.

Tal organización la lograron en base a la opinión que generaban entre la población, ávida de información para la solución de sus demandas. Salta a la vista una pregunta obligada ¿Cómo y por qué generaban esa información estos personajes?. Tal vez sin saberlo, iniciaron con esta actitud el proceso de penetración del rumor, que se presenta, con sus características propias, como un canal informal de comunicación.

Cabría precisar, retomando las consideraciones que hace Michel Louis Rouquette, que "la aparición del rumor se debe a que los canales formales de comunicación y especialmente los medios masivos, no transmiten sino una información reducida sobre ciertos acontecimientos", (26) a lo que habría que agregar que en esa información no se refieren a las necesidades de servicios de los pobladores de la ciudad de México, y mucho menos a las de los habitantes de Santo Domingo.

De aquí que los individuos compensan, como lo dice Rouquette, "esa laguna, elaborando sus propios razonamientos. - Se supone que de esta manera, los sujetos sienten la necesidad de un mínimo de información que procuran obtener por sus propios medios". (27)

Entonces la propagación del rumor, concebido aquí como un canal informal de comunicación, se mediatiza por la intervención de los líderes de opinión quienes enlazan la información de persona a persona.

Por ello, cuando los líderes de Santo Domingo expresan su punto de vista y la concepción que tienen de los asuntos que interesan a los demás, logran influir en el ánimo y en la opinión de la comunidad.

Como lo establece el autor al que hemos hecho referen--
cia, "el rumor se considera una especie de pantalla proyeci--
va en la cual se descifra la dinámica efectiva de la pobla--
ción y se revela el juego móvil de sus intereses". (28) De
tal suerte que en el trabajo de campo descubrimos que la fre--
cuencia del rumor se centraba en las necesidades colectivas
más apremiantes de la comunidad, como la introducción de ser--
vicios, regularización de la tenencia de la tierra, preven--
ción de posibles represiones, la visita de importantes perso--
najes a la zona y aquellas relacionadas con su situación par--
ticular.

Cabría señalar aquí algunas características del rumor -
con el fin de ubicarlas en el contexto de la repercusión que
tuvieron entre los habitantes de Santo Domingo. Por lo que
hace al proceso de transmisión "el rumor se transmite oral--
mente, de persona a persona e implica una necesidad física -
entre el emisor y el receptor. Esta comunicación tiene lu--
gar entre individuos igualmente comprometidos en la misma -
situación". (29)

En cuanto al contenido transmitido, se presentan 3 ca--
racterísticas: "a) el rumor experimenta diversas distorsio--
nes en el curso del proceso de transmisión, que no son otra
cosa que transformaciones del contenido susceptible de apare--
cer en todo proceso de comunicación. La infidelidad del ru--
mor no es un síntoma de incompetencia, sino el inverso de -
otra fidelidad, el testimonio social: b) este contenido

traduce el pensamiento y el deseo de la población, y: c) dicho contenido mantiene una relación directa con la actualidad". (30)

Para la transmisión del rumor, los líderes de opinión de Santo Domingo, seleccionaban "cuidadosamente", a los que llamaremos aquí agentes de transmisión para emitir sus mensajes.

Recurrían por un lado, a los líderes menores, convertidos en subalternos, así como a los pequeños comerciantes locales, a los peluqueros de "paisaje", "burreros", albañiles y mujeres (de las que hablaremos con precisión más adelante).

Al expandirse la colonia, esta transmisión se hizo extensiva a las personas que tenían contacto con el mayor número posible de individuos para transmitir el mensaje de la manera más eficaz, como el sacerdote local, el médico, el dentista y a los encargados de tortillerías, lecherías, panaderías, farmacias, loncherías y a los propietarios de locales en el incipiente mercado.

"El rumor --afirma Mónica Charlot-- debe ser muy corto, una frase, y aportar una información ignorada, pero que la opinión pública espera...". La autora señala que al emitir el mensaje, debe comenzarse con las palabras "He sabido de manera confidencial...", "un amigo bien informado me ha dicho que...", "le voy a decir algo que quedará entre nosotros...". "esta es --continúa-- la mejor manera para que el mensaje transmitido se transforme en rumor público..."

En un barrio bastan cinco o seis personas para propagar un rumor a 2 ó 3 mil ciudadanos". (31)

Así la recepción del mensaje por parte de los pobladores de Santo Domingo tenía una inmediata respuesta, casi siempre destinada a la movilización y a la participación.

A pesar de que la información propagada a través del rumor no siempre tenía resultados positivos "pues durante su transmisión (el rumor) se empobrece o se nivela de repetición en repetición" (32), se convirtió en el conducto ideal por parte de los líderes para conformar la opinión de los habitantes en torno a sucesos que les afectaban, y a que "en el rumor, algunos detalles se pierden, pero los detalles retenidos se refuerzan. Sólo los elementos insólitos del rumor se eliminan, y los detalles conservados, se reestructuran alrededor de ciertos temas centrales". (33)

3.2 Formas de comunicación de la comunidad con las autoridades

Es decir, a través de este sistema los líderes conseguían la participación directa, aunque no siempre fuera para los fines que la gente deseaba, pues la información propagada respondía a los intereses de quien promovía los mensajes.

Así, se observaron movilizaciones, destinadas a lograr la invasión de zonas adyacentes a la colonia, o a otras zonas más alejadas, respondiendo de esta forma al lucro y la especulación del suelo urbano, de quienes alentaban, desde allí, esa práctica fraudulenta.

Propiciaban también la movilización de los habitantes a manera de protestas virulentas ante las dependencias oficiales encargadas de resolver sus problemas, o ante el propio Departamento del Distrito Federal y la delegación Coyoacán.

Importa destacar, en el plano de las movilizaciones promovidas por los líderes, la participación de las mujeres, cuya "intervención en las ciudades perdidas o en las colonias proletarias --como lo es el caso de Santo Domingo y como lo explica Montaña-- se debe a los siguientes factores: a) son consideradas por la comunidad como incorruptibles; b) los varones están en constante contacto con las figuras del poder, como la policía y hay temor de ser encarcelados, mientras que las mujeres dedicadas a estas actividades son respetadas por la policía por su acceso a las autoridades, además de que generalmente tienen una edad que inhibe un trato violento; y c) las mujeres pasan la mayor parte del tiempo en el asentamiento y sufren directamente la carencia de servicios y las condiciones de higiene que generan enfermedades infantiles al tiempo que los hombres invierten su tiempo fuera del hogar, debido a su ocupación o bien a diversiones, lo que genera un interés inevitable de las más directamente afectadas .

"Esta actividad femenina no ha generado recelo de sus cónyuges aunque en algunos casos su participación pone en peligro a los líderes en sus actividades corruptas". (34)

Baste decir acerca de la importante participación de la mujer, que a raíz de la implementación, por parte del D.D.F. durante la gestión de Hank González, de la elección de la asociación de residentes en la ciudad de México en 1978, el primer presidente de la colonia Santo Domingo fue una mujer --Josefa Torres (1978-1980)--, y su sucesora, al finalizar su gestión, fue la señora María Castillo (1981-1983).

Otra forma de movilización y de comunicación de los sectores, promovida naturalmente por los líderes de opinión, es a través del partido dominante, pues exaltan con vehemencia las "bondades" que su incorporación les puede acarrear. Es decir, "correr la voz" de que otros habitantes de la colonia, "se afiliarán al PRI para intervenir en la campaña, pues ello les acarreará magníficas oportunidades para el contacto con las autoridades".

Convencidos de ello "consideran al PRI como un paso inevitable para lograr los beneficios gubernamentales y usan los contactos que los militantes del partido pueden proporcionarles, con el propósito de obtener acceso a quienes toman las decisiones". (35)

Ante esta actitud el partido facilita la comunicación política y el intercambio de información para que de esta manera, las gestiones que haga el PRI, se canalicen en forma prioritaria hacia los lugares de residencia de aquellos.

"Así, a pesar de que no consideran al PRI como una instancia efectiva para obtener beneficios materiales, regularmente apoyan a la maquinaria política cuando se les requiere, toda vez que dicha práctica se ha convertido en un prerrequisito para mantener buenas relaciones con el gobierno" (36)

Podríamos resumir hasta aquí que los modos de comunicación promovidos por los líderes, para el acercamiento con las autoridades en el logro de las necesidades de la población se concreta en dos posibilidades: en el contacto directo con las autoridades y a través del PRI, en ambos casos, - por medio de la protesta o el apoyo.

En una síntesis aplicable a la primera de las caracte--rísticas, Wayne A. Cornelius expresa: "Las personas de la colonia X son 'paracaidistas' urbanos, y cuando finalmente se les hace pasar a la oficina, presentan una solicitud laboriosamente mecanografiada en que le piden al gobierno que reconozca sus derechos sobre los terrenos, que ha sido firmada - prácticamente por todos los residentes de su comunidad. El orador del grupo argumenta que los títulos sobre los terre--nos son indispensables para asegurar una pequeña herencia a sus hijos. Además, continúa, la seguridad en la tenencia - propiciará la inversión en la construcción de casas permanentes y empresas comerciales dentro de la comunidad. El ora--dor también hace notar agudamente que con los títulos de propiedad los residentes de la colonia podrían empezar a contribuir a los ingresos por impuestos que recibe el gobierno.

Para fortalecer la imagen de su comunidad como merecedora de la ayuda del gobierno, otros delegados citan ejemplos de las dificultades que ha soportado al colonizar los terrenos y - los esfuerzos que ellos mismos han hecho para mejorar la comunidad. Hacen hincapié en su creencia en el compromiso del gobierno con las preocupaciones humanitarias, que deben asegurar que su solicitud sea atendida en interés de la justicia social. El funcionario promete que la situación de la colonia será detenidamente estudiada. La sesión concluye en medio de expresiones fervientes del apoyo de los solicitantes al régimen". (37)

En la aseveración que se refiere a la presencia del partido en el poder, Montaña comenta que "el PRI es un intermediario indispensable para obtener la satisfacción de pequeñas demandas y de proporcionar los contactos necesarios para un primer acercamiento a las autoridades gubernamentales". (38)

Como lo apuntábamos casi al principio de este capítulo, en Santo Domingo operaba ya el sistema de representación vecinal implementado en 1978 por Hank González. En ese entonces María Castillo era la segunda presidenta de la colonia (1981-1983).

Cabe subrayar que dentro del esquema instrumentado por el D.D.F. para promover la participación ciudadana, "se han establecido organizaciones de manzanas, asociaciones de residentes, y juntas de vecinos, cuyas atribuciones se restrin--gen a la aportación de opiniones y sugerencias frente a planes ya elaborados y en marcha, con lo que la participación se vuelve una mera formalidad que no cumple los objetivos de involucrar a los pobladores en el proceso de toma de decisiones que los afectan". (39)

Bajo ese marco, María Castillo, cambiaría el panorama respecto a la influencia de los líderes de cada zona. Esta mujer tomó características que vinieron a cambiar las actitudes de los habitantes hacia sus representantes naturales, pues al obtener ella el control efectivo de todas las zonas, merced a los contactos políticos y a las alianzas que le ofrecieron las autoridades para el control total de la colonia, se convertía en el único intermediario entre los pobla-dores y las autoridades.

La dirigencia pues de la colonia, se concentraría en ella y en un grupo de antiguos líderes que la rodea. Su condición de fundadora del asentamiento, la acercó a las autoridades de INDECO, DART, CORETT, agencias federales encargadas de la regularización de la tenencia de la tierra en el D.F., lo que le permitió una actividad de lucro que le reportó cuantiosas ganancias.

Si bien es considerada como deshonesta, hay consenso en tre la comunidad de que es la única capaz de defenderlos, sea liberándolos de la cárcel por delitos menores como riñas, alteraciones del orden público, etc., o bien logrando inter-venir para que la comunidad sea escuchada en sus demandas de servicios.

No obstante la influencia ejercida por María Castillo en la zona de su particular actuación, los sistemas de comu-nicación, ante las autoridades serían los señalados anterior-mente. Ello nos lleva a establecer como común denominador, que las demandas que hace la población, son presentadas en nombre de la comunidad en donde se procura obtener "bienes públicos", que traerán beneficios a todos los residentes de la colonia.

Sin embargo, en ninguno de los casos que hemos señalado, las demandas de los habitantes de Santo Domingo han quedado satisfactoriamente resueltas.

El mecanismo "directo" que utilizan las autoridades de la delegación para escuchar las demandas de servicios, se concreta a las "audiencias públicas" que la propia dependen-cia establece (sistema que data de 1976) para las 96 colo-nias que conforman esa entidad política.

En ellas, cada representante expone la problemática más aguda que les aqueja. El delegado en turno, junto con su ga-binete técnico, escucha, toma nota de las peticiones y - - "encarga" a sus colaboradores la "ejecución inmediata"

o pide tiempo para estudiar la solución. Y, de nuevo, escucha, toma nota y vuelve a encargar; y, otra vez, escucha, toma nota y... así sucesivamente mientras transcurren las dos horas exactas que se destinan para la "audiencia pública".

En la presentación de las demandas de los habitantes - (de las colonias populares) a través del PRI, el mecanismo se concreta a una invitación expresa del Partido hacia el delegado para que "recorra", con ellos, las zonas que la comunidad decide, previa aceptación del funcionario.

Antes de la visita, diversas brigadas de la delegación, acuden a los sitios por donde pasará el funcionario y desde muy temprano barren, bachean, envían camiones de basura, instalan botes recolectores, abastecen con pipas de agua las largas filas de tambos de los vecinos, pintan escuelas, fachadas, topes, pasos de peatones; instalan uno que otro semáforo, abren zanjas en las calles, colocan algunos tubos y casualmente, siempre hay patrullas.

Una vez que se inicia la "gira de trabajo", físicamente se muestran a las autoridades las necesidades más urgentes.- El Partido avala las peticiones de la comunidad, mientras el funcionario --quien se hace acompañar por todo su "Staff"-- toma nota y "encarga" las acciones que deben emprenderse en un lugar donde "no se necesita gran cosa, ¿verdad?". ¡pues no!...

Concluido el ritual, aborda su minicamión, equipado con aire acondicionado, alfombras, radio onda corta, F-M, y "refresquitos f-r-í-o-s" y abandonan el lugar. Los pobladores lo despiden calurosamente con la esperanza de que algún día esos "inges" y "arquis" que tomaron nota, vuelvan y cumplan lo prometido por el delegado.

La ejecución de las obras o servicios solicitadas tanto en las audiencias como en los recorridos, son puestas en marcha conforme se atienden "acciones prioritarias" o se destinan los recursos a la prestación de servicios en zonas privilegiadas. (particularmente en el área de Coyoacán existen varias).

No queremos ser determinantes. Las obras y los servi--cios han llegado y llegan. Aunque tarde, pero llegan; vayan como ejemplo estos botones de muestra: drenaje que se introduce después de varios años de inundaciones que dejan fuera de su domicilio y sin pertenencias a una veintena de fami--lias en cada época de lluvias; pavimentación de calles que propician el desalojo de personas que habitan en la vía pú--blica, porque en el trazo original de la colonia, se les dejó sobre la banqueta; tomas de agua que quedaron sepultadas por el asfalto; ejes viales que cancelan grietas naturales - útiles como drenaje; obras de vialidad que dejan a las casas hasta 6 y 7 metros abajo del nivel, o, arriba; basura que se recoge cada semana frente a escuelas y en avenidas y así sucesivamente podría citarse una larga lista.

Estas muestras de la llegada de los servicios y el equipamiento urbano en la colonia, si se hubieran atendido cuando la comunidad las solicitó fueran menos graves y costosas las soluciones.

¿Por qué hacemos hincapié en ellos?. Bueno, para demostrar que la falta de canales adecuados de comunicación por parte de las autoridades de la delegación Coyoacán con la comunidad, (y viceversa) impide el acceso de esa población a los niveles mínimos de bienestar limitando por ende sus posibilidades de cohesión vecinal.

Cabría añadir que además de espacios y canales que propicien la comunicación y la participación de la comunidad en la solución de sus problemas, esa jurisdicción política, ha sido azotada por la corrupción.

Sin entrar en más detalle, sólo señalaremos el hecho de que Leopoldo Sánchez Duarte, delegado político de 1976 a 1982, es buscado por las autoridades por un fraude en contra de la delegación Coyoacán por más de 100 millones de pesos. Jorge Flores Vizcarra, postulado para desempeñar el cargo en el sexenio 82-88, permaneció al frente de la administración casi un año. Actualmente se encuentra en proceso penal en un reclusorio de la ciudad, acusado de "poner a trabajar" el presupuesto de la delegación.

Actitudes que también observadas y aquí vertidas, son sólo una muestra de las circunstancias que originan que el sector objeto de nuestro estudio, permanezca marginado de los beneficios y comodidades que gozan otros sectores de esta gran urbe.

Pero, vayamos un poco más al fondo. ¿Existió o existe algún proyecto de comunicación por parte de las autoridades que propicie la participación ciudadana?. Veamos.

Hagamos un recuento lo más cercano posible. En un documento llamado "Sistema de Comunicación Social de la Administración Pública para el Departamento del Distrito Federal" - (en el sexenio 76-82) y que operaba en la delegación Coyoacán en el tiempo de esta investigación para atender las demandas de la población se asentaba lo siguiente:

"En el sistema de módulos de Orientación, Información y Quejas, a la ciudadanía le corresponde expresar su sentir por cuanto a las decisiones que directamente le afectan; manifestar su voluntad por cuanto a las normas que rigen su convivencia y participar directamente para requerir el mejoramiento de la prestación de los servicios y sugerir la forma más adecuada de proporcionarlos". (40)

Y agregaba: "A la administración Pública le corresponde informar y orientar en los términos que la población lo requiera; procurar el mejoramiento del otorgamiento de su función; mejorar su organización para elevar su eficiencia y, particularmente, otorgar más y mejores servicios".

Asimismo se asentaba en el documento aludido: "se desarrollaron trabajos de definición de simbología, especialmente para servicios médicos y vialidad; se colocaron símbolos de direcciones generales, delegaciones, órganos descentralizados, y en las entradas de los inmuebles; se reacondicionaron instalaciones; se colocaron módulos; se dotó del vestuario a los agentes de información y se generó la información mecanizada, tanto para apoyar la función operativa, como la estadística.

El esfuerzo más importante que se ha desarrollado para mejorar el sistema de orientación, información y quejas, es la integración mecanizada del manual de servicios al público, elaborado con la participación de todas las dependencias y entidades del D.D.F.", concluía el documento.

De hecho este sistema se convertía sólo en un muro de lamentaciones para los habitantes con verdaderas necesidades ya que justamente en la administración de Carlos Hank González, comenzaría a funcionar además el sistema de "audiencias públicas", así como la integración de las juntas de vecinos que según el exfuncionario serían "el cauce de la participación ciudadana".

José Carreño, expresaría al respecto: "no puede dejarse de reconocer que las actuales juntas de vecinos --algunas de ellas manipuladas por funcionarios-- más que contribuir a resolver los problemas de la gente, están organizadas para evitar problemas a las autoridades.

Por lo tanto, los mecanismos de participación ciudadana deben revisarse para salvar estos escollos y mantener una actitud democrática, tanto en su conformación como en su funcionamiento". (41)

En la actualidad las cosas no han cambiado. Basta citar como ejemplo que en la síntesis de los trece foros de Consulta Popular para la Planeación Democrática en la ciudad de México, convocadas por el gobierno federal, a principios de 1983, ninguno de ellos se refirió a proyectos de comunicación social por parte de las autoridades del gobierno del Distrito Federal hacia sus habitantes.

Ramón Aguirre Velázquez, actual regente del D.D.F., definió la esencia de los Foros de Consulta Popular "como la plataforma que haría más efectiva la participación ciudadana en el desarrollo, diseño y ejecución de programas a mediano plazo para la ciudad de México".

De igual manera, las reformas y adiciones a la Ley Orgánica del D.D.F., publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 16 de diciembre de 1983, dan cuenta de la "nueva estructura para la participación ciudadana".

Conforme al Reglamento de la citada Ley, se crean 3 nuevas secretarías y otros órganos administrativos que permitirán al gobierno del D.F. "satisfacer de modo más cabal y eficiente las demandas de la población por medio de una estructura orgánica equilibrada, moderna y fincada en la austeridad".

En uno de los nuevos programas que se implementarían en esas modificaciones --que nos interesa en particular--, el de comunicación social, se da cuenta de la política de comunicación del Departamento Central, tanto el interior de la propia dependencia, como al exterior, como lo rescatamos íntegramente de la pág. 47 de su folleto... (42):

PROGRAMA: COMUNICACION SOCIAL

Area JEFATURA DEL DEPARTAMENTO
DEL DISTRITO FEDERAL

Dirección GENERAL DE DIFUSION Y
RELACIONES PUBLICAS

SUBPROGRAMA:

1.- POLITICA DE COMUNICACION

1.1. Difusión

- . Información
 - Boletines de Prensa
 - Comunicaciones especiales
 - Información oficial
 - Publicaciones diversas
- . Promoción
 - Mensajes sobre uso racional de agua
 - Mensajes sobre forestación y reforestación
 - Mensajes de promoción cultural
 - Mensajes de promoción deportiva
 - Mensajes de concientización ciudadana en general

Análisis periodístico
Análisis de revistas
Análisis de medios

- . Detección y Seguimiento de la Opinión Pública
- Establecimiento de redes de Comunicación
- Sondeos de opinión

1.3. Relaciones Públicas

Reuniones con la ciudadanía
Reuniones con sectores representativos
Reuniones con corresponsales extranjeros
Atención a visitantes distinguidos
Acciones de imagen institucional

1.2. Análisis de información

- . Compilación
 - Síntesis periodística
 - Síntesis de revistas
 - Monitoreo

1.4. Divulgación

Concursos diversos para la ciudadanía

El propósito de citar y revisar tales textos obedece a intentar demostrar que si el propio D.D.F. elabora planes de participación ciudadana por la vía del escritorio y no a través de sistemas de comunicación adecuada que haga más

efectiva la intervención de los ciudadanos en la toma de decisiones, mucho menos las 16 delegaciones --incluida Coyoacán-- tendrán la capacidad, ni la voluntad de elaborar planes y programas en ese sentido.

De aquí que al retomar en el proyecto de elaboración de **Los Pedregales** los aspectos positivos de la influencia de los líderes de opinión en la comunidad, al mismo tiempo se desechaban los vicios e influencias negativas que grupos o personas ejercían en la colonia en busca de intereses particulares.

Porque fue precisamente en el sentido de unidad de los pobladores en donde surgiría el proyecto del periódico de **Los Pedregales**. Un periódico popular que diera cuenta de los hechos en forma clara, desde la perspectiva de los auténticos intereses de la comunidad.

"Un periódico popular --puntualiza Ezequiel Ander Egg-- debe ayudar a la tarea de movilización, es decir, de poner a la gente en estado de deliberación para que puedan expresar sus opiniones y vayan descubriendo y comprendiendo cuáles son sus verdaderos intereses y cuáles las causas que impiden realizarlo". (43)

Los Pedregales tendía así a convertirse en el espacio comunicativo que daría la pauta de organización y movilización en un intento de recuperar los espacios sociales democráticos y participativos para los habitantes de Santo Domingo.

3.2. Comunicación entre los miembros de la familia

Para poder evaluar las necesidades de servicios y las expectativas políticas de la población de Santo Domingo procuramos --sin pretender hacer una profunda evaluación sociológica--, identificar en la familia los elementos que determinan su cohesión y forma de existencia frente a los problemas que les aquejan y la manera de enfrentarlos.

Como sabemos nuestras actitudes y la orientación general de nuestra conducta frente a la vida y frente a las necesidades, están determinadas básicamente por la información que tenemos sobre la realidad y por la formación de que disponemos para asumir posiciones frente a esa realidad.

El resultado de esta investigación no fue todo lo positivo que hubieramos deseado toda vez que hubo dificultades para tener acceso al ámbito familiar. La idea era penetrar en los núcleos familiares e intentar descubrir, desde dentro, sus formas de comunicación y si éstas se proyectan al grupo en pos de tomas de decisiones conjuntas.

Se llegó a detectar que las mujeres, como ya lo mencionamos, en la mayoría de los casos, son en la familia quienes proporcionan a los miembros la información procedente del exterior.

Dicha información la transmiten generalmente en horas de comida o en la noche cuando ya todos --reunidos casi siempre frente al televisor-- se encuentran en casa.

La charla familiar --cuando la hay-- versa casi siempre sobre sus actividades cotidianas o en torno a la movilización que emprendió la madre o alguno de la familia con los grupos a los que pertenecen, para la solución de sus demandas. Otras charlas se refieren a las vicisitudes del día en la búsqueda de sustento.

La familia en su conjunto sólo asiente y de vez en cuando argumentan o hacen alusión a las necesidades más apremiantes de todos los días y nunca llegan a ninguna conclusión respecto de la participación en la toma de decisiones de la comunidad en general, o sobre el núcleo familiar en particular.

Es necesario destacar, a partir de las observaciones realizadas, que la ausencia de la participación de la familia y su falta de cohesión se debe fundamentalmente a los grados de incomunicación que los aislan de cualquier proceso social.

Algunos de los motivos que provocan la incomunicación en las familias que fueron visitadas son: disparidad de horarios de llegada a la vivienda; interferencia del televisor que provoca la desviación en las charlas; problemas de alcoholismo o drogadicción de alguno o algunos de los miembros de la familia; disparidad de intereses causados por lo numeroso de los miembros externos que se han incorporado a la familia; cuñados, primos, concuños, yernos, nueras, o parientes --de provincia, generalmente-- que "están de paso" por la ciudad y deciden quedarse en busca de trabajo; ausencia

de un liderazgo real en el seno familiar para la toma de decisiones; problemas de índole económico; disparidad en los niveles educativos; falta de atención de los padres en la educación de los menores; dificultades de organización en los quehaceres domésticos.

Algunas reflexiones en torno a la falta de comunicación en las familias mexicanas son consideradas por Mario Ongay en los siguientes términos: "El secreto es una institución en la familia mexicana; se puede entender como una operación psicológica para evitar una realidad poco placentera; se puede interpretar como un proceso mágico para conservar la estabilidad del grupo familiar..." (44)

Estas reflexiones y el hecho de conocer de cerca algunos de los puntos neurálgicos de la incomunicación en la familia nos llevan a establecer, sin ser determinantes, que la carencia de informaciones en el seno de este grupo primario trae como consecuencia la aparición de problemas de delincuencia y alcoholismo en la zona, además se hace extensivo a la no participación del grupo en la toma de decisiones comunitarias.

Encontramos aquí que la madre es quien a partir del enfrentamiento cotidiano con la realidad, transmite a los líderes de la colonia las carencias, de servicios primordialmente, que vive con su familia.

Los líderes por su parte reciben esa información --al igual que otras procedentes de un gran número de amas de casa-- y la incorporan a su "plan de trabajo" para la zona.

Por tanto, establecemos que los líderes de opinión actúan en base a la información proveniente de las mujeres, convertidas en agentes de transmisión de las necesidades familiares en diversas áreas de la colonia Santo Domingo.

Como un adelanto a la conclusión de este trabajo, diremos que la comunicación popular que se propone, debe incluir a las familias en su conjunto a fin de que desde ahí se haga hincapié en la necesidad de informar, comunicar cualquier situación en cualquier área de la vida familiar para que de esa forma los intereses conflictivos dentro y fuera de la familia se resuelvan de manera positiva.

En otras palabras, la preocupación de una familia por superar sus niveles de vida, una vez resueltas sus necesidades de comunicación, debe hacerse extensiva a la comunidad en la que habitan.

"La familia se convierte en la fuerza de cohesión social, al mantener elementos de lealtad y alianza hacia otros sistemas. La familia se convierte en el agente transmisor de valores y tradiciones, para dar lugar a procesos sociales tales como el nacionalismo, el patriotismo, el regionalismo. La familia será también una fuerza reguladora entre los orígenes y raíces de su gente, las fuerzas de cambio social y

tendencias a la modernización, así como un balance a la iden-
 tidad y el progreso". (45)

La comunicación para la participación será la pauta.

3.4. Exposición de la comunidad a los medios de comuni- cación Colectiva

Hasta ahora hemos descrito las formas de comunicación
 entre los miembros de la comunidad, en sus diversas varian--
 tes y de ésta con las autoridades.

Hemos dejado al final el diagnóstico del contacto de la
 comunidad a los medios de comunicación colectiva para dejar
 sentado desde ahora, y a partir de este inventario, que los
 medios no cumplen con las necesidades básicas de información
 entre los miembros de nuestro sector estudiado en cuanto a
 su acceso a los servicios básicos.

"Hay un pequeño grupo de capitalistas -expresaba Manuel
 Buendía- que en conjunto -y respecto a la población del país
 o al número de ciudadanos inscritos en los partidos políti--
 cos- no merecen siquiera el título de exigua minoría. Son
 apenas un puñado. No pasan de una veintena .

"Estos poderosísimos señores quienes son los dueños de
 algunos principales diarios, revistas y estaciones de radio
 y televisión se han erigido en un poder que disputa el suyo
 al presidente de la República, vis a vis. La arrogancia de
 estos señores feudales ha llegado a extremos de cancelar ac-
 ciones vitales del Estado Mexicano mediante el recurso de ne-
 garles espacio en las planas importantes o minutos en la

hora 'estelar' de la pantalla ('no te pienso, luego no existes', le están diciendo cara a cara al gobierno y al estado).

"Pero aún sabiendo todo esto, el gobierno parece profesar un casi inverosímil sentimiento de respeto y temor a los barones de la gran prensa y la televisión". (46)

Al retomar para este capítulo algunas de las últimas reflexiones que hiciera Manuel Buendía a Miguel de la Madrid sobre la ausencia de una política de comunicación social en el diseño de los gobiernos mexicanos y de una contundente crítica de la actividad de los medios masivos en nuestro país, lo hacemos con el fin de evitar los lugares comunes acerca de las críticas a los medios masivos, aunque sí apuntaremos algunos para introducirnos al tema: a saber; alejamiento del verdadero servicio de las empresas de comunicación a la opinión pública; la falta de apoyo inteligente a las acciones del Gobierno de la República, la desinformación que generan y que en suma contribuye a la despolitización de los ciudadanos; los intereses mercantiles que privan al interior de esas empresas, así como al interés permanente por socavar la credibilidad del gobierno.

En este breve repaso destacamos el hecho, por ser el marco central de nuestro trabajo, que esas empresas industriales de la información no tienen interés en atender (en las actuales circunstancias de crisis económica y de credibilidad) las necesidades de información de grandes sectores

populares en los que se ubican los grupos marginados, particularmente el que hemos revisado a lo largo de este trabajo.

Observamos que esas empresas emiten mensajes para un público que se desenvuelve dentro de un contexto cultural y social en el que se provoca la exaltación de patrones de vida consumistas. Tales mensajes elaborados bajo esos patrones resultan totalmente ajenos a las necesidades y demandas de las colonias marginadas que tienen otros marcos de referencia, otras experiencias.

"Para la sociedad -apuntaba José Carreño sobre el particular- el actual esquema de dominio de los medios significa permanecer inmovilizada, sin capacidad para emitir sus propios mensajes, en la minoría de edad y sin instrumentos eficaces de acercamiento en la toma de decisiones que les afectan, y sobre todo sin permitir su participación en la distribución de los servicios".(47)

De suerte que en el desarrollo de este apartado revisaremos la posición que guardan los habitantes de Santo Domingo a partir del examen cuantitativo de la operación de los medios en la colonia, así como la exposición de los vecinos a los mismos e intentar demostrar que los mensajes que reciben estos individuos los aísla en la obtención de los bienes y servicios que les corresponden.

De aquí surge entonces la necesidad --y como anticipo de la propuesta del presente trabajo-- de ofrecer a través de **Los Pedregales** un proyecto en donde la participación popular sea el eje básico en la incorporación de nuestro sector estudiado a los beneficios de que gozan ciertos grupos privilegiados en esta ciudad.

A lo largo de la investigación de campo que realizamos, se hizo evidente que todos los medios tradicionales, periódicos, radio, televisión y cine, están muy lejos de dar cauce a la problemática diaria, local de la vida en la colonia como precisamos líneas arriba.

En lo que respecta a los medios impresos, en la mayor parte de la colonia no se lee la prensa, en razón de los niveles de escolaridad, los índices de analfabetismo y analfabetismo funcional en la zona, además de que las publicaciones que circulan, no se refieren particularmente a sus habitantes y a los problemas que enfrentan, amén de la ausencia de puestos de periódicos y el constante incremento en los costos de los diarios.

En el área que escogimos para la investigación en alrededor de 12 manzanas, detectamos sólo 3 pequeños puestos de periódicos que en su conjunto y como promedio en la semana que se observó, incluían el siguiente número de ejemplares por diario:

Excelsior	5
Universal	3
El Sol de México	3
El Heraldó	1
Uno Más Uno	2
Ovaciones	15
La Prensa	19
El Día	1
El Nacional	1
Esto	24
Diario de México	3
La Afición	16

En todos los casos, como se observa, el número de ejemplares a la venta en esos Kioskos, nos lleva a la conclusión de que los habitantes de esa parte de Santo Domingo se informan en los periódicos diarios de lo que pasa en el mundo y en el país.

Destaca observar en este recuento el hecho de que la tendencia de los adquirientes es básicamente hacia los diarios deportivos. En cuanto a los diarios de información general el periódico La Prensa es el de mayor consumo en la zona en virtud del amplio manejo que se hace acerca de la nota roja.

Por lo que hace a la radio y la televisión, en ninguno de los dos casos las familias estudiadas se apartan del promedio de aparatos y horas de exposición por hogar en el Distrito Federal.

En el caso de la radio, cada una de las 602 familias estudiadas en la colonia Santo Domingo cuentan con 2 aparatos radio receptores por hogar.

En cuanto a las horas de exposición a la radio, nuestras fuentes señalan que son 18 horas como promedio, de 6 AM a 12 PM, entre las 54 estaciones de radio en el D.F.; 33 en amplitud modulada y 21 en frecuencia modulada. (48)

Los datos acerca del número de aparatos de televisión, indican que hay un televisor por cada hogar en nuestro sector analizado, cifra que coincide con el promedio en el Distrito Federal. (49)

Las salas cinematográficas que se localizan en el área, son el cine Pedro Armendáriz a un considerable número de kilómetros hacia Río Churubusco y el cine Villa Olímpica, hacia Insurgentes Sur y Periférico.

En este recuento estadístico dejamos de lado el análisis de los contenidos de la programación radiofónica y televisiva así como los efectos y la influencia que real y potencialmente ejercen sobre la comunidad; el contenido de los mensajes emitidos y el grado de exposición del grupo, pues nuestra consideración principal es a partir de que tales medios no incluyen en su programación propuestas para la

participación ciudadana en la toma de decisiones que afecten su quehacer cotidiano y la problemática de servicios públicos que enfrentan, además que su tratamiento formaría parte de otros estudios.

CAPITULO IV

IV.- LOS PEDREGALES Y SU ACEPTACION DENTRO DE LA COMUNIDAD

4.1. Estructura y secciones

4.2. Resultados

4.3. Propositiones

4.4.1 Centros para la comunicación popular

4.4.2 El periódico local como factor para el mejoramiento de la calidad de vida.

IV.- **Los Pedregales** y su aceptación dentro de la comunidad.

4.1. Estructura y secciones

Estructurado a partir de las demandas recogidas a lo largo de la campaña, **Los Pedregales** destinaba, con gran amplitud en reportajes, crónicas y notas informativas la problemática cotidiana que enfrentaba la comunidad de Santo Domingo en particular y la del XXII Distrito en general.

Así la conformación de la primera plana de **Los Pedregales** se daba de la manera siguiente: las dos notas principales eran dedicadas, por una parte a los planteamientos del candidato a la Presidencia de la República que tuvieran vinculación con los problemas del Distrito Federal en su conjunto, y a los del XXII Distrito en particular; la otra nota destacaba las acciones durante la campaña del candidato a diputado por el propio Distrito.

Otras secciones como "La piedra en el zapato", "Crónica de la Campaña", "cambio, vendo, compro, rento, pido..." "se dice... se escucha... se comenta", "pido la palabra", y "del block del reportero"; daban cuenta, en detalle, de cómo durante los cuatro meses de campaña todas las demandas, quejas, denuncias, y compromisos eran recogidos por el periódico y turnadas a las autoridades correspondientes para la eventual solución de las mismas. Los resultados, cuando los había, eran también publicados.

De igual manera, diversos reportajes gráficos y entrevistas con vecinos de la zona daban fe del modo de vida de la comunidad y de los problemas que venían padeciendo, con el ánimo de que así planteados en el periódico los propios habitantes hicieran propuestas de solución concretas.

En cuanto a su distribución el periódico circulaba con mayor amplitud en Santo domingo, por tratarse, como lo dijimos en el capítulo II de este trabajo, de la colonia con las más graves carencias en cuanto a la dotación de servicios básicos, con el propósito fundamental de ganar una presencia como instrumento para el diálogo y la reflexión.

Los ejemplares eran distribuidos en aquellos locales de mayor concentración popular como mercados, tortillerías, panaderías, mercados ambulantes, farmacias, tiendas de abarrotes, paradas de camiones, así como durante los recorridos del candidato por la zona, casa por casa y en mítines festivos o reuniones de trabajo.

El sistema de distribución se veía complementado con la instalación de buzones en los lugares citados para lograr, también de esta manera, una comunicación con quienes cotidianamente enfrentan la problemática de los servicios urbanos, como elementos fundamentales de este estudio, amén de otros de carácter económico, social, de abasto, de alimentación, etc.

La participación de la gente en el periódico se daba desde las propias sugerencias, observaciones, críticas y de las colaboraciones entusiastas que llegaban a la redacción de **Los Pedregales** a manera de artículos, cartas o denuncias.

4.2. Resultados

El resultado fue positivo. El tiraje de 20 000 ejemplares por cada número, era pasado de mano en mano por los pedregalenses, sobre todo para ver sus propias declaraciones y hasta sus fotografías con la novedad de descubrir su identidad y su reclamo en un periódico impreso, como nunca antes había ocurrido.

Los logros en cuanto a la dotación de servicios y equipamiento urbano fueron mayores al concluir la campaña, logros que no fueron consignados por **Los Pedregales**, toda vez que ya como Diputado José Carreño, el periódico dejó de aparecer en virtud de que las facilidades para su producción durante el desarrollo de la campaña, se cancelaron. La explicación es que por la situación excepcional de que el candidato formaba parte de un periódico nacional (uno más uno), éste cobraba sólo los turnos de los operadores y obsequiaba el papel, utilizando los cabos y saldos de su producción industrial, así como otros insumos por lo que el costo de producción por número era alrededor de \$20.00 el ejemplar, costo que se incluía en los gastos de campaña pues el periódico se obsequiaba. El precio referido era similar al de los grandes diarios en el primer semestre de 1982.

El costo fue una de las causas que impidieron la continuidad de **Los Pedregales**. Al término de la campaña, julio de 1982, la nueva cotización para la producción del periódico se disparó a \$125.00 por ejemplar.

En la búsqueda del patrocinio que diera continuidad al periódico, se recurrió a las nuevas autoridades de la delegación Coyoacán en busca de insumos y apoyos económicos para su realización. Empero circunstancias de carácter político que privaron a esa delegación desde septiembre de 1982, hasta julio del año siguiente, relativos a la sustracción de recursos económicos en la administración pasada y a conflictos del mismo carácter con las nuevas autoridades en el período mencionado, impidieron la posibilidad de continuar el proyecto.

De igual manera, las autoridades del Comité Directivo del PRI en el Distrito Federal, negaron el apoyo en virtud de la transición de funcionarios que se vivía al interior del mismo, además de razones de carácter económico.

El proyecto inicial de **Los Pedregales** plateaba que su circulación no fuera sólo durante la campaña, aún más, la permanencia que se pretendía después de la campaña política era el resultado, tanto de la petición de los propios miembros de base del partido en el XXII Distrito Electoral, como de las colonias populares que lo conforman.

Por tanto, destaca puntualizar que al suspenderse la publicación por las razones expuestas, la concepción original de que **Los Pedregales** llegará a ser un órgano autónomo en una colonia popular como Santo Domingo y el resto de las colonias populares del XXII Distrito, como un paso ejemplar en una sociedad como la mexicana, con tantos problemas de comunicación, se diluyó.

4.3. **Proposiciones**

A partir de la experiencia que generaron **Los Pedregales** en aquel conglomerado popular en tareas de movilización, organización y búsqueda de mejores condiciones de vida, se desprende la necesidad de que estas organizaciones populares tengan capacidad para generar sus propios instrumentos, sus medios de expresión en donde se haga coincidir el emisor y el receptor con relación a sus necesidades y problemas.

"No partiendo --como lo afirma Jesús María Barbero-- de puros conceptos comunicativos, sino de modos de vivir, de modos de hacer, de modos de percibir la realidad; no a partir de la estructura misma de la comunicación sino que, desde la problemática social, económica, política y cultural, se lleguen a plantear los procesos de comunicación, como procesos dinamizadores de una conciencia, de un trabajo, de una lucha".

(50)

Así planteada la comunicación popular aparece entonces, como otra concepción del proceso de la comunicación, no con el propósito de producir más información, sino como un

proceso que genere solidaridad y capacidad de decisión en de fensa de la identidad y los intereses de la colectividad.

En este sentido, el propósito de retomar la experiencia de **Los Pedregales** es el de proponer un mecanismo por medio del cual se generen auténticas posibilidades de participa- ción de los habitantes de las colonias populares en la obten ción de elementales servicios públicos y rebasar por comple- to los ámbitos de la subvención y programación oficiales en la elaboración de un periódico como el que la experiencia nos permite proponer. En esas condiciones, el momento de la campaña en este caso, sería el punto de partida de un proyec to que tomaría en sus manos la propia comunidad.

En esencia, el proyecto pretende crear un espacio, sólo parcialmente explorado hasta ahora, que haga posible el desa rrollo de formas de comunicación en el ámbito del periodismo popular.

En cuanto a las alternativas de periodismo popular, éstas se pueden desarrollar dentro de una amplia variedad de formas, escritas, orales y audiovisuales, aunque en este pro yecto hablemos en particular del periodismo escrito en razón de la experiencia recogida a lo largo de este trabajo.

4.4.1 Centros para la Comunicación Popular (CCP)

En este sentido se establecen criterios que hagan posi- ble la creación de Centros para la Comunicación Popular (CCP) desde los cuales se dé un ámbito de expresión a las capaci- dades de los individuos, grupos y organizaciones locales,

cuyas expresiones se materialicen por medio de un periódico de corte popular.

Con la creación de los CCP, se pretende establecer entidades con verdadera fuerza de representación ante las autoridades encargadas de la dotación de los servicios públicos, que tengan a su vez una posibilidad efectiva de influir en la programación y presupuestación de los servicios que les correspondan

Por ello, particularmente, el proyecto intenta impulsar el periódico popular, no porque constituya una fuente de alta circulación informativa sino porque, como lo hemos establecido antes, ofrece la posibilidad de pasar a una auténtica relación igualitaria entre emisores y receptores en la vida cotidiana por alcanzar mejores niveles de vida. Aquí, el emisor y el receptor se sitúan, no tanto con relación a un canal o un medio, sino con relación a sus necesidades y problemas.

En consecuencia el periódico popular otorga el espacio de lo auténticamente propio, de lo próximo, en el que los involucrados son parte activa del diálogo con capacidad de acción e influencia.

Daremos a conocer las líneas generales de acción de los CCP, así como sus funciones y actividades específicas:

I.- Funciones y actividades de los Centros para la Comunicación Popular.

Los Centros para la Comunicación Popular constituyen

una forma de organización caracterizada por la participación de individuos, grupos y organizaciones sociales en actividades tendientes a satisfacer sus propias necesidades de expresión e información en la búsqueda de aquellos servicios urbanos que les permitan mejores niveles de vida. Su funcionamiento será a través de comités de gestión.

Los Centros para la Comunicación Popular tendrán como objetivo principal promover procesos de producción autogestionaria de mensajes, sean éstos informativos, o de servicios sobre la base de las realidades locales donde dichos Centros operen. No se excluye la posibilidad de incorporar otros que afecten la cotidianidad de los habitantes.

Como parte de las actividades propias de los Centros para la Comunicación Popular destacan:

- 1.- Fomentar el desarrollo de formas de comunicación popular participativa;
- 2.- Desarrollar modalidades de organización para la comunicación popular, que permitan atender los requerimientos de la comunidad.
- 3.- Promover la producción y valorización de la información local o regional.
- 4.- Propiciar la elaboración de periódicos populares vinculados a los problemas, necesidades e intereses concretos de los individuos grupos u organizaciones sociales que actúen en el área de influencia de cada Centro: Las funciones, y la

realización del periódico popular se define en el apartado II.

5.- Capacitar a la población en general para desarrollar actividades de comunicación popular, promoviendo su participación activa en la emisión, distribución y difusión de mensajes.

6.- Solicitar apoyo y asesoría en las escuelas de periodismo y comunicación de la UNAM y la UAM con alumnos de semestres avanzados, a nivel de servicio social, con instituciones especializadas en el campo de la comunicación popular y con profesionales del ramo en la materia; las modalidades de la participación de los profesionales de apoyo se definen en el apartado III.

Para el funcionamiento de los CCP se propone aprovechar los esquemas de organización y penetración del PRI en las zonas populares, cuya infraestructura en seccionales y subcomités logre promover, por medio de comités de sección, el ejercicio óptimo de los derechos de los ciudadanos en cuanto a obras y servicios.

Es decir se trata de que la gestión pública en aquellas zonas obedezca a las verdaderas demandas de la gente, recogidas tanto por el periódico local como por medio de esos mismos comités, en los cuales, además, también se hará el seguimiento de las respuestas gubernamentales, así se podrá ver si las autoridades están cumpliendo y, en su caso, hacer

correctivos o nuevas gestiones. El periódico dará cuenta, en todos los casos, de las actividades de los CCP.

Los responsables de los CCP serán elegidos democráticamente por la comunidad y estar identificados con su base social, con los barrios y colonias; con la vida diaria y sus problemas; deben tener una trayectoria de honradez y autenticidad. Colonos que a lo largo de los años han demostrado dentro de la comunidad interés en la lucha colectiva, así como demostrar actitudes sólidas y consistentes en las actividades que realicen y que se den tiempo para llevar adelante sus tareas.

Particularmente habría que considerar en la elección de los responsables a los líderes de las comunidades, que como hemos visto, se convierten en líderes de opinión y utilizar el amplio conocimiento que tienen de los problemas.

4.4.2 El periódico local como factor para el mejoramiento de la calidad de vida

Organización y funcionamiento

El periodismo popular como lo hemos considerado a lo largo del presente trabajo y convertido en el instrumento de expresión de los CCP., debe responder a dos funciones fundamentales; informativa y movilizadora-organizativa.

Por lo que hace a la tarea informativa del periódico, ante todo debe hacer conocer lo que acontece, lo que está pasando. Debe conocer los hechos, a partir de los intereses de la comunidad y debe dar las pautas de acción que motiven

a la gente a transformar la realidad, es decir, a buscar mejores niveles de vida.

Por ello la información del periódico debe expresar las condiciones y necesidades reales de la comunidad y propiciar situaciones de solidaridad, organización y acción.

En este sentido el periódico debe ayudar a la movilización y agrupación de la comunidad en la defensa de sus intereses y proponer las acciones y actividades que implican la solución de los problemas que se confrontan al tiempo que propagandizará tales acciones.

En cuanto a la organización de la comunidad para la realización del periódico, se consideran los siguientes elementos.

Integrantes

El periódico popular no puede tener una plantilla formal. De ser así correría el riesgo de ser un periódico hecho por profesionales y difícilmente sería un periódico producto del esfuerzo y el quehacer de una colectividad.

De igual manera no es posible que en la realización participe la comunidad en su conjunto; hay que integrar un grupo de responsables. El número de integrantes de este grupo varía según los objetivos que se propongan con el periódico. Es recomendable constituir un grupo de 5 a 7 personas directamente responsables del periódico, y unos 10 ó 15 que puedan realizar tareas esporádicas, desde la recolección de información, labores de seguimiento o bien de distribución y

difusión.

Conviene designar un coordinador o responsable del periódico, pero sin olvidar que la realización de un periódico, es sobre todo una tarea de equipo. Y de un equipo que alienta la mayor participación posible de la gente.

Actividades

En un periódico de estas características es probable que una misma persona realice parte o algunas tareas en las áreas mencionadas, sin embargo conviene tener presente esta diversidad de actividades. Habrá quienes se encarguen del papel y la tinta, otros de obtener anuncios de bienes y servicios brindados por miembros de la misma comunidad. Unos harán los dibujos e ilustraciones, otros recogerán información y material y algunos tendrán una responsabilidad mayor en las tareas de redacción y elaboración del material.

Formato y diseño

El formato depende de los recursos y medios de impresión disponibles. Se recomienda a partir de la experiencia el tamaño tabloide. Aún utilizando las formas más sencillas y baratas hay que prestar particular atención a la diagramación: un periódico se hace para que sea leído y es leído si su presentación invita y facilita la lectura.

El diseño y la presentación de una publicación son características que la definen e identifican ante sus lectores.

Destaca en este apartado precisar que el diseño de una publicación no es decoración ni distracción, sino parte de la tarea de la comunicación: una parte que debemos considerar constantemente, por el bien de la palabra impresa.

El diseño de una publicación supone un dominio del espacio. El problema es comunicar, dentro de un mismo contexto físico, no ya un mensaje, sino una serie de mensajes, dentro de un estilo que sea tanto reconocible como coherente.

Para los profesionales del periodismo este hecho no es ajeno a la importancia que se le atribuye a esta tarea, que es precisamente la que define la forma en la que se ha de presentar el contenido, y que es sin lugar a dudas relevante.

El formato tabloide se recomienda por las bondades expresivas que ofrece esta presentación y que se resumen en los siguientes puntos:

- Los tabloides son más fáciles de leer, por lo práctico de su tamaño.
- El concepto original del manejo de su primera plana: alarde de creatividad para llamar la atención y para destacar los temas, o los personajes, al utilizar fotos de gran tamaño y cabezas breves.
- La formación en cuatro y cinco columnas permiten una lectura más ágil y cómoda.
- La seccionalización es más fácil en un tabloide, ya que podemos destinarle toda una plana o varias a una sola sección.

- Los encabezados de los tabloides tienden a ser un poco mayores.
- Las fotografías también tienden a ser proporcionalmente más grandes que en un periódico o revista tradicional.
- La tipografía se concibe como parte integral del formato y se incorpora dentro del balance total del diseño.

(En los últimos tiempos, este formato ha cobrado gran importancia; se ha adoptado en las ediciones de los principales periódicos europeos de gran tiraje así como en diversos periódicos mexicanos).

Nombre del periódico

Es conveniente que el título sea elegido en una reunión en la que participe la mayoría de los destinatarios del periódico. Que el nombre distintivo del periódico, sea producto de la comunidad, quienes luego podrán sentirlo como propio.

Frecuencia de la publicación

Al considerar que la frecuencia depende de factores como: equipo humano disponible, medios técnicos que se pueden utilizar, capacidad económica del grupo y organización, es preferible proponerse propósitos modestos y realizables y no grandes proyectos complicados.

Impresión

Existen diferentes medios de impresión. La elección del medio de impresión depende de las disponibilidades económicas. Si las posibilidades económicas son escasas, habrá que realizar el trabajo en mimeógrafo, o en multicopia.

Si se dispone de mayores medios y recursos, conviene utilizar el sistema offset, o en su caso la impresión en rotativa.

Tiraje

En este apartado se considera estudiar detenidamente la cantidad de ejemplares que han de imprimirse y tener en cuenta los siguientes factores:

- número de posibles lectores y/o suscriptores.
- número de personas que no son futuros lectores, pero a quienes conviene hacerles llegar la publicación.
- ejemplares destinados a ser enviados a medios de difusión, prensa y televisión.

Difusión y distribución

Ambas tareas revisten la mayor importancia. Se trata de extender y propagar el periódico. De hacerlo útil como instrumento de diálogo y reflexión.

La acción de difundir el periódico está estrechamente ligada a la tarea de promover la participación de la gente para que el periódico sea efectivamente algo de ellos.

La recomendación en este sentido es la de hacer llegar el periódico a través de escuelas, centros de trabajo, salud, deporte, recreación, terminales de transporte, mercados públicos y ambulantes con el fin de que los miembros de la comunidad puedan difundir noticias, o acciones de movilización.

Precio

Ante todo hay que decidir si se fija o no un precio a la publicación; esto es, si se vende o se regala, tomando en consideración que lo que es totalmente gratis, nunca se aprecia o se valora.

Si se fija un precio, éste debe ser acorde a las posibilidades financieras de los lectores potenciales. También se puede recurrir a suscripciones de ayuda o a otros medios para subvencionar la publicación. Cabe la posibilidad de incluir anuncios de negocios locales y con arraigo en la comunidad.

Participación comunitaria

Como lo hemos establecido en capítulos anteriores el periódico popular no sólo debe canalizar inquietudes, necesidades y problemas de la gente; también debe promover su participación. El periódico popular es producto de la comunidad e instrumento de trabajo comunitario. A lo que se debe tender es a que la mayor cantidad de personas posible, tenga alguna participación en él.

Algunas formas, niveles y posibilidades de participación se mencionan en seguida:

- Mediante colaboraciones de la comunidad; se trata de que la gente escriba algo, realice un dibujo o cualquier otra forma de ilustración; haciéndola llegar a la redacción o a través de buzones instalados expresamente.
- A través de una sección que podría denominarse cartas de los lectores, la comunidad puede manifestar sus opiniones sin necesidad de escribir rigurosamente un artículo elaborado;
- Lectura compartida del periódico: aquí la discusión grupal acerca de algunos temas que trata el periódico es un medio para promover la reflexión conjunta y para que la gente sienta al periódico como algo que le pertenece;
- Recoger entre la comunidad, a través del equipo responsable del periódico críticas, opiniones y sugerencias acerca de los servicios públicos en la zona o del modo de mejorar el periódico. Al hacer sus aportaciones la gente realiza de alguna manera su participación.
- Por último se puede incorporar a la comunidad en tareas de apoyo, desde imprimir o distribuir el periódico.

II.- Funciones de los profesionales de apoyo.

A partir de las reflexiones que hemos establecido a lo largo del trabajo en el campo de la comunicación popular, el comunicador ya no debe ser sólo un generador de información, sino un profesional que debe utilizar su capacidad creando canales y oportunidades para que los grupos sociales se expresen.

La adopción de los principios que presentamos a continuación serán para los profesionales de apoyo de universidades e instituciones sólo un punto de partida que creemos contribuirá a disminuir el difícil acceso a los grupos populares, y asentar que de ninguna manera tales recomendaciones garantizan el éxito del trabajo en el ámbito popular.

La experiencia nos indica que el buen desarrollo de un proyecto de esta naturaleza depende mucho más de la imaginación creadora de quienes participen en él. El comunicador popular realiza su aprendizaje en el campo y a través de la experiencia práctica.

Alejarse de paternalismos

La tarea no es fácil. El trabajo con los grupos populares debe hacerse sin paternalismos ni extremismos; se requiere que la comunidad adopte posiciones más críticas frente a los mensajes que reciben y orientarlos a priorizar la información que proviene del exterior además de estimular y ampliar las manifestaciones espontáneas de esos grupos para que se expresen y se comuniquen hábilmente con quienes les

proporcionan sus elementales servicios.

Los profesionales de apoyo de universidades e instituciones deberán establecer una relación de diálogo con los grupos populares con el objeto de entablar lazos de conveniencia mutua en el cual cada uno contribuye en apoyo del otro.

Aportar conocimientos

Los profesionales no pueden ni deben esconder sus conocimientos y mucho menos tratar de imitar el modo de vida y el quehacer cotidiano de la comunidad. Por el contrario, sus conocimientos técnico-profesionales son útiles y los grupos populares precisan de ellos.

Una institución que realiza practicas de comunicación popular en el Brasil dice: "en el trabajo de asesoría no es posible la igualdad entre el asesor y el asesorado, o entre el animador y la población de los barrios. Tal pretensión de igualdad es irreal... Sería una equivocación del asesor, generalmente un intelectual, querer negar sus conocimientos en nombre de la defensa de la experiencia y del saber popular (el verdadero conocimiento): el campesino o el obrero siempre esperan algo del conocimiento teórico (y práctico) acumulado por el asesor". (55)

En el trabajo con la comunidad, los profesionales de apoyo deben establecer desde el principio de la relación, cual es el papel de cada uno. Dejar bien claro qué tipo de asesoría se pretende dar y cuáles son los límites de la

Aquí la función primordial del profesional de apoyo será la de ofrecer asistencia técnica, profesional, logística y política a los movimientos existentes, a efecto de que su lucha adquiera dinamismo y resultados positivos. Los Centros de Comunicación Popular serán el punto de partida de tal asistencia.

Desde esta óptica el profesional de apoyo no comenzará nuevos movimientos ni creará necesidades artificiales.

Con ello se disminuye el riesgo de influir e imponer criterios e intereses personales otorgando la mayor autonomía posible a los grupos con los que se trabaje.

A mayor abundamiento, y como lo hemos asentado en el desarrollo del trabajo, es preciso trabajar y valorizar a los grupos que representan los intereses de la comunidad, es decir, utilizar su identidad y arraigo en los comités de gestión como principales promotores en los Centros de Comunicación Popular.

Así los fines del trabajo de los CCP serán hacia objetivos comunes en donde los grupos se mantengan activos en torno a sus necesidades.

Objetivos concretos

Todo el trabajo de asesoría en materia de comunicación será siempre con el fin de obtener beneficios concretos para los grupos que se apoyan. Así, siempre deben tenerse objetivos básicos en la búsqueda de mejores servicios para la comunidad, sin dejar otros que se pueden abordar alternamente

como son seguridad, empleo, abasto, vivienda, etc.

Si bien los beneficios que se persiguen deberán concretarse en el corto plazo, los profesionales de apoyo no deben esperar respuestas inmediatas ni resultados en ese lapso, pues condiciones siempre fuera de su alcance limitarán la acción.

Considerar dificultades

Las dificultades de trabajo con grupos populares son diversas, de aquí que habría que considerar los factores que inhiben el trabajo con los grupos populares y que van desde la disponibilidad de tiempo, hasta las resistencias individuales, factores que existirán durante todo el trabajo con la comunidad y será motivo de lentitud, atraso o eliminación de los proyectos.

De aquí que el profesional de apoyo tenderá siempre al auxilio de la organización del trabajo con quienes participan en él.

Por último los profesionales de apoyo deben tener paciencia y saber esperar la respuesta natural de los grupos, respetando sus procesos de reflexión y madurez.

V.- Conclusiones

Concebido dentro del periodismo popular, **Los Pedregales** no sólo buscó en ese ámbito canalizar inquietudes, necesidades y problemas de la gente sino que logró promover la participación entusiasta de los habitantes de Santo Domingo. Su aceptación entre la gente se debió entre otros aspectos al énfasis que se dio en captar con mayor fidelidad las voces, plenamente identificadas, con sus nombres y en muchos casos con fotografías de las personas que planteaban sus reclamos y demandas.

La modesta presencia de **Los Pedregales** en la zona, alentó a la participación activa de la gente logrando que sintieran el periódico como cosa suya. Fue considerado en su momento como el único instrumento de organización y movilización comunitaria. Había quienes señalaban deficiencias y proponían nuevos temas y nuevas acciones para su realización.

El sistema de distribución implementado trataba que el periódico llegara a los núcleos familiares a fin de que su lectura fuese compartida y así favorecer el intercambio de opiniones, la reflexión y la organización de la comunidad desde la óptica de que la lectura aislada alienta el individualismo y la dispersión de intereses.

Así concebido el Periódico **Los Pedregales** cumplía el propósito de ayudar en la generación de una conciencia de solidaridad entre los colonos en defensa de los intereses y de la identidad de la colectividad.

La función informativa del periodismo popular debe conocer los hechos desde la perspectiva de sus propios y auténticos intereses, y debe ser un conocimiento que motive a actuar transformadoramente sobre la realidad. Para ello, los mensajes de un periódico popular deben expresar las condiciones reales de su situación e interpretar su problemática de clase.

Destaca en este sentido el hecho de que un periódico como Los Pedregales no sólo cumplía una función informativa si no también incluía tareas de movilización y organización.

Concebimos al periódico popular como un elemento importante en las tareas de movilización, es decir a poner a la gente en estado de deliberación y para que puedan expresar sus opiniones, y en ese expresarse descubran y comprendan cuáles son sus verdaderos intereses y cuáles son las causas que impiden realizarlos. A través de la prensa popular el pueblo es quien moviliza al pueblo.

La experiencia de **Los Pedregales** en el ámbito de la dotación de algunos de los servicios elementales en Santo Domingo tuvo resultados positivos, tal y como se refleja en las páginas de los ejemplares producidos durante la época de la campaña. Sin embargo, esos resultados fueron limitados e incluso condicionados, a consecuencia de la evidente contradicción que se dio entre el proyecto inicial de **Los Pedregales** y el financiamiento para su producción, proveniente de fondos oficiales en el marco de la campaña.

Por encima de esa circunstancia la decisión de sostener este medio después del proceso electoral, era en respuesta a la petición de la gente, que durante la campaña política encontró en **Los Pedregales**, un medio para manifestar puntos de vista, opiniones, propuestas de solución a sus necesidades, quejas, demandas y aspiraciones, además de respuestas de las autoridades a las movilizaciones y requerimientos de los colonos.

Ello es lo que nos permite, con base en la experiencia, proponer como lo hicimos en el apartado IV, que la publicación de un periódico de corte popular se produzca con recursos de la propia comunidad. Es decir dejarlo en manos de la colectividad para evitar que el periódico responda a intereses ajenos a la misma.

En esta perspectiva dejamos asentado, que no por el simple hecho de producir una publicación y denunciar las anomalías en la prestación de los servicios en una comunidad se obtienen resultados. Aquí, el periódico se convierte en un instrumento de apoyo en la lucha, organización, participación y movilización en la comunidad para la obtención de sus bienes y servicios, en plena coincidencia con las principales hipótesis que formulamos en la introducción del presente trabajo.

La estrategia de comunicación planteada en el proyecto inicial del periódico, de lograr una mayor cohesión al interior de la comunidad, produjo una entusiasta participación de los vecinos que vieron en **Los Pedregales** el catalizador de sus demandas.

La cohesión de la comunidad --como lo establecimos en nuestras hipótesis general y aleatoria--, se produjo parcialmente pues a pesar de que **Los Pedregales** se constituía como el canal de expresión de estos grupos con las autoridades, la atención de otras instancias que podían intervenir en la dotación de sus elementales necesidades, no se llevó a efecto por los tiempos políticos que se vivían, particularmente, los relevos sexenal y legislativo.

No podemos dejar de lado tampoco, como lo planteamos en la hipótesis secundaria, que los métodos de comunicación utilizados por las autoridades con los sectores populares se tornan alejados para ofrecer espacios de participación en la toma de decisiones que afectan su vida cotidiana, toda vez que en su elaboración no se consideran las experiencias ni se toman en cuenta las necesidades reales de dichos sectores.

Voz a quien no tiene

Esta práctica de trabajo con los grupos populares, indica que el momento de la denuncia y del idealismo ha sido superado, para pasar a la movilización y a las acciones concretas para dar voz a quien no la tiene.

INDICE DE CITAS

CAPITULO I

- 1) Goded, Jaime **Cien Puntos sobre la Comunicación de Masas en México**
México,
Edición de la Universidad Autónoma de Sinaloa, 1979
p. 7
- 2) Idem p. 85
- 3) Goded, J. op. cit. p. 163
- 4) Enciclopedia Británica **Tomo II, 1981**
de México México,
p. 2
- 5) Mandel, Sigfred **Periodismo Moderno**
(comp.) 2a. edición
México,
Editorial Letras, S.A., 1967,
p. 126
- 6) Romano, Vicente **Introducción al Periodismo**
Barcelona
Editorial Teide, 1984
Colección Ciencias Sociales, No.4
pp. 59,68
- 7) Mandel, S. op. cit. pp. 140,141
- 8) Goded, J. op. cit. p. 64

- 9) Reyes Matta, Fernando **Comunicación Alternativa y Desarrollo Solidario ante el Mundo Transnacional,** México, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, 1981, p. 155
- 10) Trejo Delabre, Raúl **La Prensa Marginal en México,** México, Universidad Nacional Autónoma de México, 1975 p. 58
- 11) Idem p. 59
- 12) Reyes Matta, F. op. cit. p. 235
- 13) Idem op. cit. p. 236
- 14) Pedregales, Los **XXII Distrito # 2, 3 abril, 1982, p.1**
- 15) Idem # 1, 27 marzo 1982, p.3
- 16) Carreño Carlón, José **Discurso de toma de protesta - como Candidato a Diputado Federal, febrero, 1982, Santa Ursula, D.F., p. 7**
- 17) Idem p. 11
- 18) García Soler, León **A Mitad del Foro, Excélsior, 1 marzo 1982, p.1**

CAPITULO II

- 19) Iglesias P., Patricio
(comp.) **La Problemática Urbana del Distrito Federal,**
Reporte de Investigación No. 5
Universidad Autónoma Metropolitana,
1980,
p. 117
- 20) Idem p. 118
- 21) Centro de Comunidad **Publicaciones D.I.F.,**
"Familia Juárez Maza" Santo Domingo, D.F., México,
Delegación Coyoacán, 1982
p. 46
- 22) Area Metropolitana Periódico "El Día", 12 de no-
(Sección) viembre, 1971, p.3
- 23) Consulta Popular **Educación y Cultura,**
México,
PRI-IEPES
27 de marzo de 1982
p. 49

CAPITULO III

- 24) Maletzke, Gerard **Psicología de la Comunicación Social,**
4a. Edición,
Quito,
Editorial Epoca, 1976,
p. 143
- 25) Montaña Jorge **Los Pobres de la Ciudad en los Asentamientos Espontáneos,**
México,
Siglo XXI Editores, 1976,
p. 70

- 26) Rouquette, Michel Louis **Los Rumores**,
Buenos Aires,
Editorial El Ateneo, 1977
Colección de Estudios Humanísticos,
p. 11
- 27) Idem p. 12
- 28) Idem p. 14
- 29) Idem p. 11
- 30) Idem pp. 10,11
- 31) Charlot, Mónica **La Persuasión Política**,
París,
Armando Colín 1970,
Reseña publicada en el No. 64
de la Revista Mexicana de Cien-
cia Política, F.C.P. y S., UNAM
México, abril-junio de 1971,
pp. 118,119
- 32) Idem p. 119
- 33) Idem p. 120
- 34) Montaña, J. op.cit. pp. 121,124
- 35) Idem pp. 81,83

- 36) *Ibidem* pp. 81,83
- 37) Cornelius, Wayne A. **Los Inmigrantes Pobres en la Ciudad de México y la Política, México,** Fondo de Cultura Económica, 1980 p. 182
- 38) Montaña, Jorge op. cit. p. 83
- 39) Sistema de Comunicación Social de la Administración Pública Federal **Sistema para el D.D.F., 1976-1982** p. 36
- 40) *Idem* p. 37
- 41) Carreño Carlón, José **Entrevista como Diputado Electo,** 29 de julio de 1982
- 42) Foros de Consulta Popular para la Planeación Democrática en la ciudad de México **Dirección de Relaciones Públicas D.D.F., 1982,** p. 47
- 43) Ander-Egg, Ezequiel **Periodismo Popular,** Argentina, Editorial Humanistas, 1984, Obra No. 21 p. 86
- 44) Ongay, Mario **La Familia de las Clases Medias en México,** Revista Mexicana Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, enero-marzo 1980 p. 29

- 45) Idem p. 7
- 46) Buendía, Manuel **Memorandum Presidencial,**
Nexos No. 80,
Agosto 1984, Año 7, Vol. 7
pp. 47,53
- 47) Carreño Carlón, José Entrevista
- 48) Medios Publicitarios Mexicanos **Tarifas de datos de Medios No.76**
México, 1982
p. 84

49) Idem

CAPITULO IV

- 50) Martín Barbero, Jesús **Comunicación Popular y los Mo-**
delos Transnacionales,
Quito,
CIESPAL, 1983,
Revista Chasqui No. 8
p. 6
- 51) Gonzaga Motta, Luiz **Comunicación Popular,**
Quito,
CIESPAL, 1983,
Revista Chasqui No. 8, oct.-Dic.
p. 16

BIBLIOGRAFIA

Anger-Egg, Ezequiel

Periodismo Popular,
Argentina,
Editorial Humanistas, 1984,
Obra No. 21
120 pp.

Arriaga, Patricia
Baldivia, José

Estado y Comunicación Social,
México,
Editorial Nueva Imagen, S.A., 1985
225 pp.

Borrego E., Salvador

Periodismo Trascendente,
8a. Edición
México,
Editorial Jus, S.A., 1983,
236 pp.

Castilla del Pino, Carlos

La Incomunicación,
3a. Edición,
Barcelona,
Ediciones Península, 1971,
153 pp.

Cornelius, Wayne A.

**Los Inmigrantes pobres en la
Ciudad de México y la Política,**
México,
Fondo de Cultura Económica, 1980
348 pp.

De Lomnitz, Larissa A.

Como sobreviven los marginados,
4a. edición,
México,
Siglo XXI Editores, 1980,
229 pp.

- Montaño, Jorge **Los Pobres de la Ciudad en los Asentamientos Espontáneos, México, Siglo XXI Editoriales, 1976, 213 pp.**
- Nuñez Ladeveze, Luis **El Lenguaje de los Media, Madrid, Ediciones Pirámide, S.A., 1979, 350 pp.**
- Prieto Castillo, Daniel **Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa, 2a. edición, México, Editorial, Edicol, 1983, Colección Comunicación, 211 pp.**
- Prieto Castillo, Daniel **Diseño y Comunicación, México, Editorial de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, 1982, Colección Ensayos 149 pp.**
- Reyes Matta, Fernando **Comunicación Alternativa y Búsquedas Democráticas, México, Edición del Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales Friedrich Ebert Stiftung, 1983, 261 pp.**
- Rojas Soriano, Raúl **Métodos para la Investigación Social, 2a. edición México, Folios Ediciones, 1984, Colección Fronteras,**

Enzensberger, Hans Magnus

Elementos para una teoría de los medios de comunicación,
Barcelona,
Editorial Anagrama, 1971,
65 pp.

Esteva, Gustavo

El Estado y la Comunicación,
México,
Ediciones Nueva Política, 1979,
175 pp.

Garmendia, Alvaro

Cien Puntos sobre la Comunicación de Masas en México,
México,
Edición de la Universidad Autónoma de Sinaloa, 1979,
179 pp.

Johnson, Stanley y
Harris, Julian

El Reportero Profesional,
3a. edición,
México,
Editorial F. Trillas, S.A., 1970
225 pp.

Maletzke, Gerard

Psicología de la Comunicación Social,
4a. edición,
Quito,
Editorial Epoca, 1976,
236 pp.

Mandel, Siegfried (comp.)

Periodismo Moderno,
2a. edición,
México,
Editorial Letras, S.A., 1967,
776 pp.

Romano, Vicente

Introducción al Periodismo,
Barcelona,
Editorial Teide, 1984,
Colección Ciencias Sociales No.4
171 pp.

Rouquette, Michel Louis

Los Rumores,
Buenos Aires,
Editorial El Ateneo, 1977,
Colección de Estudios Humanísticos,
125 pp.

Taufic, Camilo

Periodismo y Lucha de Clases,
Buenos Aires,
Editora Nacional Quimantu, 1973,
214 pp.

Trejo Delabre, Raúl

La Prensa en México,
México,
UNAM, 1975,
134 pp.

HEMEROGRAFIA

**Ciencias Políticas y
Sociales, Revista Mexicana**

La Persuasión Política,
Monica Charlot, París Armando
Colín, 1970,
Reseña publicada en el No. 64
F.C.P. y S,
UNAM, México, abril-junio de
1971,
106-140 pp.

**Ciencias Políticas y So-
ciales, Revista Mexicana**

La Familia de las Clases Medias
en México,
Mario Ongay
98, 99. UNAM. enero-marzo
231 pp.

Consulta Popular

Educación y Cultura,
México, 27 de marzo de 1982,
PRI-IEPES
33 pp.

Chasqui

Revista Latinoamericana de Co-
municación,
CIESPAL No. 8
Octubre-Diciembre 1983,
120 pp.

Nexos

Memorandum Presidencial,
Manuel Buendía, No. 80
Agosto 1984. Año 7 Vol. 7

Periódico El Día

Sección: Area Metropolitana
21 de abril, 1971,
12 pp.

Periódico El Día

Sección: Area Metropolitana
11 de noviembre, 1971,
12 pp.

Periódico El Día

Sección: Area Metropolitana,
12 de noviembre, 1971
12 pp.

Periódico Los Pedregales

XXII Distrito # 2, 3 abril,
1982, p. 1

Periódico Los Pedregales

1, 27 marzo 1982, p.3

Periódico Excélsior

A la Mitad del Foro,
10. marzo 1982,
p. 1

Carreño Carlón, José

Entrevista

**Iglesias P., Patricio
(Comp)**

La problemática urbana del Dis-
trito Federal,
Reporte de Investigación No. 5
Universidad Autónoma Metropolita-
tana. 1980
144 pp.

Monsivais, Carlos

Algunos Mitos en torno a la te-
levisión mexicana,
Ponencia presentada en el Foro
de Consulta Popular que sobre
televisión se celebró en la - -
Ciudad de Monterrey el día 2 de
mayo de 1983.
4 pp.

Ordoñez Andrade, Marco

Diseño tentativo de las inves-
tigaciones sobre la comunica-
ción en grupos marginados,

Colección Documentos

Serie: Investigación y Comunica-
ción No. 3

Ediciones Ciespal

Quito, Ecuador

29 pp.

Publicaciones D.D.F.

Ciudad de México: nueva estruc-
tura para la participación ciu-
dadana,

Oficialía Mayor del Departamen-
to del Distrito Federal.

1982

12 pp.

ANEXO No. 1

**Romano, Vicente,
Introducción al Periodismo
Barcelona
Editorial Teide, 1984
Colección Ciencias Sociales No.4
pp. 59,68**

"Publicidad: Uno de los rasgos fundamentales de las informaciones periodísticas es precisamente su carácter público. La publicidad de la prensa diaria se refiere a la difusión intensiva y extensiva de sus ejemplares y a la consiguiente realización de la publicación de sus contenidos.

La posibilidad de publicar, de dar a la publicidad sus conocimientos por parte del informador y la posibilidad de acceso a esas informaciones por parte de los receptores-consumidores constituyen los cimientos de la publicidad de la información periodística.

En suma, la publicidad de la información periodística consiste en transmitir al público conocimientos accesibles, es decir, comprensibles y asequibles.

"Actualidad: Si la publicidad hace referencia a la difusión, a la dimensión espacial de la información periodística, la actualidad constituye su dimensión temporal y psíquica. Tradicionalmente, el concepto de actualidad se ha relacionado, por un lado, con la rapidez en la transmisión de información periodística y, por otro, con el grado de interés de receptores por los fenómenos del presente.

Lo que distingue la actualidad es el interés subjetivo por una información determinada y su desconocimiento. En sentido estricto, la verdadera información, la innovación, sólo puede darse sobre acontecimientos desconocidos.

La actualidad no puede reducirse solamente a lo extraordinario, sensacional, excitante, a la rapidez de la transmisión ni a la simultaneidad.

La actualidad es una relación objetiva de los hechos, acontecimientos y procesos con la acción social de los consumidores de esa información. Los hechos, acontecimientos y procesos son actuales en la medida en que, en un momento determinado y en una situación dada crean y refuerzan la conciencia de los consumidores de información y los inducen a la acción social. en este sentido, la actualidad es un criterio para la selección de los contenidos de la información periodística.

"Continuidad: Como propiedad de la información periodística, la continuidad es la expresión del deseo del productor de información por mantener un contacto reiterado con los consumidores, con su público. La continuidad está condicionada por la complejidad y el dinamismo del desarrollo social y de las consiguientes necesidades de información, por el grado de generalización del tratamiento periodístico de los problemas (por ejemplo, distinto en el periódico y la revista) y por las posibilidades técnicas de los medios de información periodística.

La continuidad se concreta en la periodicidad.

"Periodicidad: La periodicidad es la transmisión continuada de información periodística en intervalos regulares de tiempo. El ritmo de aparición de los productos periodísticos especialmente de la prensa, ha prestado su nombre a la mayoría de ellos: diario, semanario, etc. En opinión de O. Groth, todo periódico o revista debe tener la propiedad de aparecer periódicamente, es decir, en intervalos regulares de tiempo. Schopenhauer calificaba el periódico de "segundero de la historia".

El ritmo de la información periodística se desprende, según Hagemann, de:

- a) el flujo constante de informaciones actuales;
- b) el ritmo de trabajo de las máquinas y su distribución;
- c) el ritmo de trabajo y descanso de los receptores, para quienes el consumo de informaciones supone una ocupación más.

"Operatividad: La operatividad es la propiedad que tiene la información periodística de dirigir, potencialmente, la disposición de los receptores a colaborar en la solución de las tareas sociales pendientes. Esta operatividad se manifiesta en formas muy diversas: como orientación de los receptores hacia las tareas fundamentales que afectan a toda la sociedad, o también como la movilización de un grupo determinado de personas para la solución de una tarea concreta.

"Universalidad: La universalidad del contenido de los medios, gracias a la cual se pretende alcanzar ese gran número de lectores, oyentes o telespectadores, igualmente diversos. La universalidad del contenido es un componente necesario del carácter específico de la información periodística.- Dovifat la interpreta como "adaptación a la diversidad de intereses", relacionando así el concepto con el contenido material del periódico.

La universalidad puede entenderse como la propiedad que tiene la información periodística para transmitir conocimientos sobre la conexión universal de todos los aspectos de la actividad humana, contribuyendo así al desarrollo multilateral de la personalidad. La universalidad de la información periodística en su conjunto implica la especialización de distintas partes del sistema periodístico y de la información transmitida por ellas.

"Especialidad: La especialidad es la otra cara de la universalidad en la información periodística. Consiste en la limitación a un campo o aspecto especial de la información. Se da cuando ésta se dirige a un público claramente delimitado y con unos intereses informativos muy concretos.- Estos intereses especiales se ven satisfechos por instituciones, productos y secciones informativas creados específicamente para cubrir esas necesidades.

La especialidad ha existido prácticamente desde la aparición de la información periodística. A medida que se ha ido complejizando la producción y la vida social, se ha ido diversificando cada vez más la información".

ANEXO FOTOGRAFICO

Las gráficas que captó la lente de Javier Serrano, muestran las precarias condiciones de vida de los habitantes de Santo Domingo en el proceso de formación del asentamiento.



Después de caminar varios kilómetros entre terregales y piedra volcánica, los nuevos pobladores se abastecían de agua. Los medios para llevarla eran lo demenos.





Habitar sobre roca volcánica no sólo fue un reto a la imaginación, sino a la propia resistencia física de los pobladores.





Sobre una enorme extensión de terreno aparentemente inhabitable, 10 mil familias decidieron establecerse en busca de un pedazo de tierra.





El chiste era no moverse de ahí...





Uno de los primeros acercamientos de los funcionarios encargados de regularizar la tierra





A pesar de las precariedades, se instaló una incipiente escuela.



Cuando llegaban a la Comunidad las autoridades, el día era festivo y comen-
zaban las largas caminatas para "observar" sus condiciones de vida.





Todo era animación y esperanza. Hubieron de pasar muchos años y muchas penurias para que la esperanza fuera una realidad.

