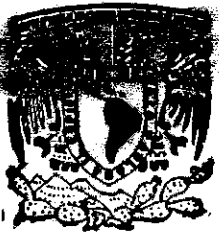


2ej



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES**

**LA DISTRIBUCION DE PERIODICOS EN EL DISTRITO FEDERAL (CIRCULACION DEL DIARIO UNOMASUNO)**

**T E S I S A**

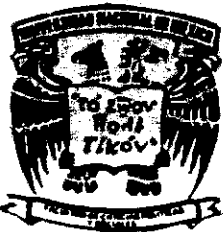
**QUE PARA OPTAR POR EL TITULO DE:**

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA**

**C O M U N I C A C I O N**

**P R E S E N T A :**

**MARIA ESTHER SALDIVAR CHAVEZ**



**DIRECTOR: MTRQ. GUILLERMO TENORIO HERRE**

276286

**CIUDAD UNIVERSITARIA,**

**OCTUBRE DE 1999.**

**TESIS CON**

**FALLA DE ORIGEN**



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 esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## **AGRADECIMIENTOS**

**A la UNAM, por mi formación académica.**

**A MASCH, por sus valiosas aportaciones.**

**A la maestra Virginia Careaga, por su amistad y por la sugerencia del tema.**

**A Rosa María Valles, por su apoyo.**

## **DEDICATORIAS**

**A mi hijo Alejandro, lo más grande y maravilloso de mi vida.**

**A mis Padres, Francisco (+) y Alicia, fuentes de vida.**

**A mi madre, por su paciencia y apoyo incondicional.**

**A mis hermanos, por mantenernos unidos.**

**A mis sobrinos.**

**A mis maestros.**

**A Humberto, con cariño.**

**A la UNAM, otra vez, porque salga victoriosa de este trance difícil.**

## **ÍNDICE DE CONTENIDO**

	<b>PÁGINA</b>
<b>PRÓLOGO</b>	<b>7</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>9</b>
<b>1. PANORAMA GENERAL DE LA DISTRIBUCIÓN DE LOS PERIÓDICOS EN EL DISTRITO FEDERAL</b>	<b>14</b>
1.1 El periódico	15
1.2 Prensa capitalina	17
1.3 Distribución de las empresas periodísticas	31
1.4 La distribución de la prensa	32
	41
<b>2. LA UNIÓN DE VOCEADORES Y EXPENDEDORES DE LOS PERIÓDICOS DE MÉXICO</b>	
2.1 Antecedentes	42
2.2 Mecanismos de distribución	49
2.3 Voceador ambulante-voceador establecido	55
2.4 El Día del Voceador	58
2.5 Distribución Electrónica	63

	PÁGINA
<b>3. DISTRIBUCIÓN DE LA PRENSA EN EL DISTRITO FEDERAL.</b>	<b>68</b>
3.1 Periódico <i>Unomásuno</i>	69
3.2 Departamento de circulación de <i>Unomásuno</i>	78
3.3 El puesto de periódicos	83
3.4 Caso Reforma, cronología mínima	86
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>94</b>
<b>Anexo Constitución y Estatutos de la Unión de Expendedores, Voceadores y Repartidores de Prensa del Distrito Federal</b>	<b>99</b>
Fuentes consultadas	105
Glosario	109
Índice de Cuadros	114
<b>Apéndice: Primeras Planas de los diarios del Distrito Federal</b>	<b>115</b>

## **PRÓLOGO**

En México, durante el siglo XX y ya al filo del XXI, los medios de comunicación, en este caso la prensa escrita, cumplen un papel importante y su función fortalece a la sociedad.

La prensa escrita es un espacio para difundir y en la medida de lo posible, explicar lo que sucede en el mundo. Quizá es pertinente recordar lo básico: los medios son intermediarios; su fin es el mensaje que transmiten y el público que buscan. Su objetivo central es obtener la mayor difusión y en la mayoría de los casos, obtener ganancias.

El proceso de distribución de un periódico es un fenómeno que requiere la participación consciente y planeada de todos los sectores que integran la agrupación.

La experiencia plasmada en este trabajo de búsqueda en diarios, revistas y libros de testimonio, todas esas historias entlazadas cronológicamente, parte de la complejidad de dicho proceso en el que intervienen factores y mensajes de organización, de comunicación, económicos y gremiales.

Durante más de siete décadas, la Unión de Voceadores y Expendedores del Distrito Federal se ha encargado de la distribución de periódicos y revistas mexicanas, por lo cual algunas empresas editoras la consideran parte total del desarrollo de los medios impresos.

En el caso del periódico *Unomásuno*, con más de veinte años en el mercado editorial y con repercusiones en el ámbito económico y social no es distinto. Se detectan diversas demandas de mejoramiento en lo referente a la organización interna y externa para recuperar mercado entre sus lectores.

El diseño de estrategias se ha dirigido al elemento más adecuado para el cambio: el área operativa o de circulación al considerar que las fallas de distribución han llevado a la pérdida de



mercado y de presencia en el público, por lo cual es necesario demostrar un servicio eficiente y responsable, lo que se traduciría en un cambio de la imagen que de la organización percibe el público en general y los medios de comunicación colectiva.

El programa de renovación del rotativo deriva de una alianza que implicará una revisión a fondo de su sistema productivo con el propósito de ampliar y mejorar sus servicios y proveer a los lectores del contexto informativo más completo sobre los hechos<sup>7</sup> de su interés.

## **INTRODUCCIÓN**

El periódico ha existido como resultado de considerables economías en escala; quizá fue la primera industria que pudo vivir mediante un minúsculo margen de ganancia por cada unidad vendida.

A lo largo de su desarrollo, el periódico ha mantenido codificadas dentro de su sistema de organización y de producción, su visión moral en relación con el público y la valoración de su rol social.

La creación de un periódico -diario, semanario o mensual- depende de la existencia de una serie de rutinas, como ocurre con cualquier producto industrial. Para el lector, estas rutinas, tomadas en su conjunto, representan un sistema integrado de información, como si fuera una sola "voz" que presenta una descripción cotidiana del mundo, ordenada de acuerdo a un solo juicio, que a su vez se basa en otro juicio relativo a la naturaleza de los intereses colectivos de los lectores.

El título del periódico es un símbolo de esa unidad de juicio interconexa y supuesta: la del editor y su cuerpo de lectores.

El periódico aporta una imagen del mundo y una explicación del mismo. Como medio, procura obtener un consenso entre su cuerpo de lectores y, como organización, obtiene su información dentro de una variedad de fuentes en la zona habitada por sus lectores.

Ocupa un sitio particular entre los medios de comunicación. Cronológicamente, es el primero y más antiguo, ya que surgió en una época en que ni siquiera se designaba con ese término a un medio de información que se difunde manera periódica a un público amplio.

Estrechamente relacionado con el acontecer y con el progreso de las técnicas de impresión, la prensa continúa beneficiándose con esa aura, que en nuestra civilización del libro, ha rendido grandes beneficios a todo lo escrito.

Tiene que ver con los acontecimientos instantáneos, inmediatos y fugaces, pero también, la prensa, pone en juego la carta de la reflexión y del testimonio, a tal punto que constituye la piedra angular. Lo escrito aunque a veces se dobla, no se quiebra frente a lo audiovisual.

De igual forma, la lectura de periódicos es un hábito de las poblaciones y esto supone, que los mercados periodísticos son fuertes porque los hábitos son difíciles de quebrar; pero se trata de hábitos delicados, una vez que se les pierde rara vez puede recreárselos.

Mucho se ha discutido y escrito sobre la relación sujeto (periodista) y objeto de conocimiento (realidad) sobre la historia de esta profesión en México, sus repercusiones para el público, pero no sobre la distribución de los periódicos, tarea también del proceso periodístico.

Dado que la distribución de periódicos en el Distrito Federal es un tema poco estudiado, en esta investigación que se presenta como tesina, se recopila y analiza la información resultante del fenómeno y su relación con la Unión de Voceadores y Expendedores de los Periódicos de México, A. C., organismo que domina el mercado para la circulación de los impresos. Se ha establecido así un sistema de intermediación comercial que, unido a las bajas circulaciones, hace que los editores normalmente resientan pérdidas en la venta de su producto considerado como un mero artículo industrial.

El presente estudio monográfico-descriptivo se centra en el análisis de la distribución de periódicos en el Distrito Federal, para lo cual se hizo una investigación bibliográfica y hemerográfica, así como una revisión de las técnicas y los criterios establecidos por las empresas periodísticas con los canales que existen para distribuir los impresos.

Entre los objetivos particulares que se fijaron para el presente trabajo se encuentra ver hasta dónde la Unión de Voceadores es un factor determinante para la circulación de un medio impreso, así como la descripción de estrategias y proyectos del periódico *Unomásuno* para mejorar su sistema de distribución. Este aspecto nodal para la investigación resultó ser un aspecto delicado de tratar, ya que los encargados de proporcionar la información argumentaron que por políticas del periódico *Unomásuno* no se podían conocer sus proyectos, suspendidos por la crisis del primer semestre de 1995 por la que atravesaba el diario.

La hipótesis de trabajo se sustentó en que las fallas de distribución del periódico *Unomásuno*, por la inestabilidad interna que ha significado el frecuente cambio de propietarios, han llevado a la pérdida de mercado y de presencia en el público, por lo cual es necesario evaluar de manera

permanente los mecanismos de distribución del periódico, de modo que recupere y mantenga a sus lectores.

En virtud de la escasa información acerca del tema, el trabajo se basa en el análisis de materiales correspondientes a la evolución este periódico, entre ellos: *Diez años de Unomásuno*, así como material bibliográfico, hemerográfico y entrevistas.

En cuanto a la estructura de la tesina, el primer capítulo se refiere al concepto del periódico en México y sus estrategias de distribución. Se ofrecen elementos para ubicar el desarrollo reciente de la prensa y el papel asumido para asegurar la prosperidad de las empresas periodísticas, principal móvil de la prensa mexicana.

Se retoma la historia de los diarios que se editan en la capital, se describen los procesos que realiza la empresa periodística para llevar a cabo la distribución del producto y los mecanismos mediante los cuales llega el periódico a las manos del lector todos los días.

Un segundo capítulo ofrece elementos para ubicar el desarrollo de la Unión de Voceadores y Expendedores de los Periódicos de México, A. C., organización que a 75 años de existencia era casi, por no decir el único canal para vender medios impresos en las calles del Distrito Federal. Se refiere la historia de la Unión desde el "papelero" hasta la creación del gremio en 1923, se explican los procesos que utiliza para distribuir la prensa y sus mecanismos de distribución se hallaban estructurados en tres niveles estructurados en tres niveles: despachadores, expendedores y voceadores, sin dejar de mencionar *El Día del Voceador* tradición que se marcó el 20 de abril de 1953 y el desayuno anual con los voceadores que se determina en función de la agenda del Presidente de la República.

También se revisan, de manera general, otros tipos de distribución o canales que utilizan los diarios de la capital para vender sus publicaciones: la suscripción y la venta en las principales ciudades de la República (distribución foránea) tiendas de autoservicio (como Sanborn's, Aurrerá, Comercial Mexicana, Gigante, librerías, restaurantes y bancos). En este punto se menciona el mecanismo de distribución electrónica que permite la lectura de algunos diarios mexicanos a los usuarios de Internet, a través de la teleraña de cobertura mundial (Word Wide Web, WWW).

El tercer capítulo hace referencia a la distribución de la prensa en el Distrito Federal, particularmente por lo que al periódico *Unomásuno*, con 20 años en el mercado y con repercusiones en el ámbito social y económico. En el mismo se detectan diversas demandas de mejoramiento en lo referente a la distribución del periódico y a la coordinación con el departamento de circulación para que se cumplan los tiempos programados para envíos foráneos, entrega en despachos y reparto a suscriptores. Las observaciones fueron hechas por personal de la propia empresa. De manera general se explica, en la medida que fue posible obtener la información, cómo funciona el Departamento de Circulación del periódico estudiado.

Además, se presenta una cronología del denominado Caso *Reforma*. Uno de los acontecimientos más sonados en 1994 que consistió en la decisión, por parte de los directivos del diario, de suspender los servicios de la Unión de Voceadores de México, puesto que significaba estar sujetos a tiempos y ritmos de trabajo de la Unión y no los que requería la empresa. Ello suponía, en términos prácticos, una deficiente distribución del producto y, por ende, una devolución de hasta el 25 por ciento del total del periódico. Ante esta situación, los propios dueños de *Reforma*, junto con colaboradores y ciudadanos que quisieron sumarse a la iniciativa, se encargaron de salir a la calle a distribuir el diario, ganando con ello el favor del público como ninguna campaña de publicidad lo hubiese logrado. A partir de ese momento se crearon "microempresarios" para distribuir en distintos puntos de la ciudad el rotativo *Reforma*. En tanto, la Unión de Voceadores y Expandedores de los Periódicos de México, A. C. sintió lesionados sus intereses por esta nueva forma de distribución.

Como objetivo de la investigación se definió, entre otros, conocer las estrategias y proyectos del periódico *Unomásuno* para mejorar su sistema de distribución. Las técnicas utilizadas en el estudio monográfico, redactado como reportaje, fueron la investigación hemerográfica y la recopilación de los documentos relacionados con el rotativo. También se sintetiza la experiencia de los voceadores de periódicos.

**1. PANORAMA GENERAL DE DISTRIBUCIÓN DE LOS PERIÓDICOS  
EN EL DISTRITO FEDERAL**

*El periódico de la segunda mitad del siglo XX está fundado en la clara necesidad del lector ante los hechos y el entretenimiento, más que en ninguna explicación generalizada e ideológica sobre el mundo, con la que pueda unir o reunir sus propias explicaciones. Como señalara un director periodístico angloamericano, que presenció la transición de lo viejo a lo nuevo en la década de 1930: el periódico moderno aporta un epitome de la historia mundial.*

*Donde antes la dispersión de periódicos dejaba expuesto al medio ante el subsidio y la manipulación gubernamentales, la moderna industria periodística tiende ahora a reflejar las preocupaciones principales de una sociedad, sea imponiendo una moderada coloración política (en comparación con el pasado) o reflejando los valores de la elite dominante de esa sociedad.<sup>1</sup>*

## 1.1 El periódico

La trayectoria de los grandes periódicos mexicanos evidencia que el principal papel que asumen es el de tribuna de expresión de grupos o facciones. La función de la prensa mexicana ha sido la de servir de vocero de grupos políticos o económicos, matizada con la aparición de fugaces publicaciones independientes. Esta constante se mantiene desde la época colonial hasta nuestros días. La defensa de una corriente política o el asegurar la prosperidad de ciertas empresas, han sido el móvil de los fundadores de la prensa mexicana.

También la historia del periodismo habla de una constante injerencia de los diversos gobiernos en los diarios de la época. Injerencia manifestada, tanto en la propiedad como en el control de la prensa de oposición. En el presente siglo, conforme se configuraba el estado mexicano, la participación de los gobiernos en la prensa fue adquiriendo nuevas firmas.

Producto de una jornada de actividades políticas, financieras, culturales y deportivas, el periódico retiene para el lector el suceso histórico, el devenir de quienes dan forma y contenido a la actividad cotidiana, ya sea de manera empírica o analítica. Informa y opina sobre todas las incidencias del acontecer humano, en el ámbito nacional y en el internacional. Nos pone en contacto con la visión y el modo de pensar de quienes trabajaron la información como editorial, artículo de opinión, nota informativa, crónica o reportaje. Esta ahí, a nuestro alcance, a cualquier hora, sin sujetarnos a la programación de quien emite el mensaje, además de constituir una fuente documental, el diario impreso tiene una importancia permanente e imprescindible en la vida actual.

---

<sup>1</sup> A. Smith. *Goodbye Gutenberg*. "La revolución del periodismo moderno". P. 55.



El quehacer periodístico se ha convertido en una industria compleja que utiliza las tecnologías más refinadas de la comunicación: teletipos, radiofotos, máquinas electrónicas de tipografía y rotativas offset; personal especializado como reporteros, fotógrafos, redactores, articulistas, editorialistas, formadores, retocadores y prensistas. Los recursos de capital provienen de personas o grupos; en el primer caso la sociedad será mercantil y anónima y la línea política del periódico dependerá del consejo de administración; en el segundo, una cooperativa, cuya propiedad y beneficios se distribuyen equitativamente.

Generalmente la venta del periódico no cubre los costos de producción, por lo que la publicidad o propaganda se convierten en sustento de los órganos informativos. La publicidad ocupa un espacio considerable y puede consistir en anuncios comerciales, inserciones políticas o propaganda. En cuanto a la técnica de obtener información es también variada: por medio del personal que asiste a los lugares donde ocurren los hechos, incluyendo a los enviados especiales al extranjero, a través de boletines de prensa expedidos por instituciones públicas o privadas y contratando los servicios de agencias noticiosas nacionales y extranjeras.

Por otra parte, en lo que se refiere a los lineamientos de la prensa mexicana, debe observarse cómo las etapas de crisis social y económica, originan la multiplicación o cierre de publicaciones periódicas y, en este momento (1995), el fenómeno se repite en tanto que en el sexenio pasado (1988-1994) surgieron varias publicaciones atribuibles a distintos grupos, cada uno de los cuales deliende posiciones ante los sucesos que nos afectan.

Los medios informativos están en un "proceso de transición" que los llevará a hacer cambios fundamentales en sus contenidos, tecnologías y, sobre todo, en su concepción empresarial, con el objeto de generar más valor agregado en sus servicios de información;

*afirmar que los periódicos de la ciudad son voceros, ya sea de grupos económicos o políticos, implica por una parte ubicar a los dueños de los periódicos en la estructura económica y, por otra, conocer el papel del estado en relación con la prensa nacional.<sup>2</sup>*

---

<sup>2</sup> Fernández, Christlieb Fátima *Los medios de difusión masiva en México*. P. 32.

## 1.2 La prensa capitalina

No hay industria en el país más azarosa que la de los medios impresos. Para conocer los aproximadamente 25 periódicos diarios que se editan y exhiben en los puestos de periódicos de la ciudad de México es necesario ubicarlos históricamente.

Fundado por el ingeniero agrónomo Félix F. Palavicini, *El Universal* apareció el 1º de octubre de 1916, bajo el lema de "Diario político de la mañana". Es el diario más antiguo de los que se publican en la ciudad de México. Miguel Lanz Duret se hizo cargo de la presidencia de la Compañía Periodística Nacional, editora de *Los Universales* desde 1922 hasta su muerte en 1940.

El rotativo fue uno de los periódicos grandes que a principios de los años treinta entró en conflicto con las fábricas de papel de capital extranjero que derivó, finalmente, en la creación de la Productora e Importadora de Papel (PIPSA). Con el emblema del águila y el lema de *El Gran Diario de México* desde 1921, *El Universal* era en 1954 un poderoso diario de circulación nacional.

Juan Francisco Ealy Ortiz fue nombrado director de *El Universal* en febrero de 1969, a raíz de cambios ocurridos en la Compañía Periodística Nacional que lo editaba. La empresa también publica, desde 1922, *El Universal Gráfico*, edición vespertina.

Otro de los diarios de larga tradición en la sociedad mexicana, y el segundo en aparecer, fue *Excélsior*. El 18 de marzo de 1917, Rafael Alducín fundó el periódico y queda como su propietario. Manuel Becerra Acosta y Julio Scherer García estuvieron al frente de dicha editora hasta 1976. Desde su nacimiento mantiene un criterio analítico de la actuación del poder público y otrora acre sensor de los regímenes revolucionarios de Obregón, Calles, Portes Gil, Ortiz Rubio y Cárdenas. Pública dos ediciones vespertinas *Últimas Noticias* (1936), la cual dejó de circular el mes de enero pasado, hecho que se había previsto desde fines de 1994. Ahora sólo se publica *Últimas Noticias*, segunda edición, popularmente conocida como *La Extra* (1939). La empresa editora anunció el cierre "temporal" de sus semanarios *Jueves de Excélsior* y *Plural*.

Editado por una cooperativa, este diario ha pasado una fuerte crisis financiera, junto a la cual en 1995 y el primer semestre de 1996, se mantuvieron rumores sobre una posible compra por parte de algún grupo financiero con fortaleza suficiente para cargar con las deudas de la casa *Excélsior*.

En los últimos días de la gestión del presidente Calles, los miembros de la Compañía Mexicana de Rotograbado, fundan *La Prensa*, cuyo primer ejemplar se publica el 29 de agosto de 1928. Siete años después, y tras un cierre de cinco meses, los trabajadores del periódico decidieron echarlo a andar de nuevo con carácter de sociedad cooperativa. Desde su fundación se ha distinguido por ser un periódico de corte popular. José E. Campos fue el primer director de este diario. Posteriormente lo dirigió Miguel Ordorica. En 1996 la Organización Editorial Mexicana del empresario Mario Vázquez Raña adquiere el periódico. Su director Mauricio Ortega.

La empresa editora de este diario, fue comprada el 30 de julio de 1993 por una alianza de inversionistas mexicanos y españoles. El grupo del banquero Carlos Abedrop y el Grupo Prisa, el consorcio español encabezado por Jesús Polanco y que entre otros medios de comunicación es propietario de *El País*, de Madrid.

*La Prensa* no cambió de manera fundamental. Quizá por consideraciones financieras, ya que ese contenido es el que más ejemplares vende, la nota policiaca, los espectáculos y los deportes, siguieron siendo el contenido principal de ese diario. Para los copropietarios españoles, esa operación de compraventa sólo había significado la posibilidad de, desde junio de 1994, reimprimir diariamente *El País*, que incluye un pequeño encarte de información local de carácter político y cultural, está dirigida fundamentalmente a la comunidad de españoles y sus descendientes radicados en México.

En el año de 1929 y teniendo como antecedente al Monitor Republicano, surgió *El Nacional* como órgano del Partido Nacional Revolucionario. Este periódico jugó un papel importante entre los diarios de la década de los treinta por ser el principal vocero del gobierno, pero con el tiempo perdió importancia sin llegar a desaparecer. Su primer director fue Basilio Badillo. Después han ocupado el cargo, entre otros, Agustín Arroyo, Diego Arenas Guzmán, Alejandro Carrillo Marcos, Luis M. Farías, Fernando M. Garza y Mario Ezcurdia, de 1995 y hasta el cierre del diario, que mencionaremos más adelante, lo dirigió Enriqueta Cabrera.

Durante la administración satinista, en el mes de marzo de 1992 en sesión del consejo de administración de *El Nacional* se acordó desincorporar al periódico como empresa paraestatal

adscrita a la Secretaría de Gobernación y ponerlo a la venta a través de la Comisión Intersecretarial Gasto-Financiamiento. En tanto era concretada su venta, fue nombrado director Francisco Báez Rodríguez.

En su último informe como director, Carreño Carlón expresó:

*En los últimos tres años han dado cabida también a una auténtica diversidad informativa, verdadera pluralidad editorial. Sus páginas se fueron enriqueciendo con una real diversidad y pluralidad, por las cuales no hay temas ni personajes intocables, algo de lo que no siempre se pueden preciar en todo momento los medios informativos... En el ramo de la publicidad es de mencionar que en los últimos tres años El Nacional ha visto multiplicados sus ingresos por publicidad en términos nominales, lo que equivale a un incremento de un 100% en términos reales. En 1989 el número de inserciones alcanzó la cifra de 12 514; para 1991 llegó a la cantidad de 17 213...<sup>3</sup>*

El periódico *El Nacional*, órgano de información del Partido Nacional Revolucionario y del gobierno mexicano después, durante 69 años, suspendió desde el 30 de septiembre de 1998 su circulación. En la primera plana de su última edición resaltó el editorial titulado "Adiós", y la foto del recuerdo en donde aparecen directivos y personal de diversos departamentos del diario. Una nota informaliva en la parte inferior izquierda concluye el adiós: "El Nacional viajó en el tiempo; desde la remigton hasta el Internet". Por sus páginas han escrito grandes pensadores como Gabriela Mistral, Pablo Neruda y Octavio Paz.

En el editorial mencionado se consigna:

"Hoy se cierra un capítulo en la historia del diarismo mexicano. Después de más de 69 años las rotativas de *El Nacional* dejaron de publicar este periódico, que ha formado parte de la vida del país en un gran tramo del presente siglo. La Ley de Egresos de 1998, aprobada por la Cámara de Diputados en diciembre de 1997 establece en su artículo duodécimo transitorio la desincorporación, acordó la disolución, la liquidación del periódico. El reloj para *El Nacional* se detiene en su edición 25,024...<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Rodríguez, Castañeda Rafael. *Prensa Vendida*. P. 351.

<sup>4</sup> "Adiós" en el *Nacional*, editorial, 30 de septiembre de 1998, p. 1.

En 1930 se fundó *La Afición*, primer diario moderno dedicado a los deportes, incluyó poco después una sección de información general. Alejandro Aguilar Reyes fue su fundador. Su presidente y director es el señor Juan Francisco Ealy Ortiz.

Un periódico fundado bajo el gobierno de Lázaro Cárdenas y que perdura hoy es *Novedades*, fundado en 1936 por el periodista Ignacio P. Herrerías. Editó el vespertino *Diario de la tarde* de 1957 a 1982, y *The News*, matutino en inglés, desde 1950. Este diario cambia de dirección y adquiere nuevo personal justamente con el inicio del gobierno de Miguel Alemán, quien influyó en dicho periódico hasta el presente. Rómulo O'Farrill Jr. aparece como presidente y director general.

El primer diario rotográfico y tabloide dedicado a la información deportiva y que pronto alcanzó popularidad es *El Esto*, fundado en 1941. Su fundador fue José García Valseca. En 1976 se hizo cargo de la publicación Arnulfo García R. Actualmente incluye una sección dedicada a los espectáculos.

En 1947, surgió *Ovaciones*. La aceptación y expansión del diario se debe, principalmente, a la extensión y calidad de su información deportiva. Su director fundador fue Luciano Contreras, posteriormente ocupó el cargo Fernando González Parra. A partir de 1992, Televisa adquirió el 75% de las acciones del rotativo. Eso implicó que quedara como director general Jacobo Zabludovsky. A su vez designó al ex reportero televisivo Fernando Alcalá para dirigir *Ovaciones*.

Otro diario de esa empresa editorial, *Summa*, recibió una gran atención por parte de Televisa, que lo quería convertir en su punta de lanza en el terreno de la información impresa, en donde por alguna razón nunca ha logrado éxito. El columnista empresarial José Antonio Pérez Stuart y luego la periodista Isabel Arvide, identificada con la prensa más tradicional en México, recibieron el encargo de dirigir *Summa* y ambos fracasaron. El primero, llevó al diario a una circulación mínima. La segunda, fue despedida cuando su estilo e intereses personales chocaron con las rígidas costumbres y normas de Televisa en materia periodística y política. *Summa* dejó de circular el 16 de enero de 1995.

En 1950 apareció el *Diario de México*, periódico que bajo el régimen del presidente Gustavo Díaz Ordaz fue objeto de polémica pública; en junio de 1966 el gobierno prohíbe su edición. A dos

años de iniciado el gobierno de Díaz Ordaz el periódico es cerrado supuestamente por alteración de dos pies de fotografía, en una de la cuales aparecía el presidente con un texto equivocado. Concluido este sexenio, sale a la luz pública nuevamente con el gobierno del presidente Echeverría.

Al respecto Miguel Angel Granados Chapá dice: *Cada sexenio aparecen uno o dos diarios al influjo del presidente en turno o de sus validos, de igual manera que desaparecen uno o dos, surgidos en el sexenio anterior. Esta es la historia del Diario de México, vuelto a la vida posteriormente*".<sup>5</sup>

En 1953 surgió el diario *Cine Mundial*, tabloide dedicado en sus inicios a cuestiones de teatro, cine, radio, televisión, y variedades, últimamente destina un espacio a información general y comentarios sobre política. Su primer director fue Isaac Díaz Araiza.

En junio de 1962, bajo el régimen de Adolfo López Mateos se funda *El Día*. Se constituye como sociedad cooperativa siendo Enrique Ramírez y Ramírez su fundador. Durante sus dos primeros años de existencia, la línea política de *El Día* coincide con la del gobierno de López Mateos. La ideología del periódico se explica por su director, antiguo militante del Partido Popular Socialista, durante la época de Lombardo Toledano, quien afirma que Ramírez y Ramírez formó una facción dentro del partido con el fin de aspirar a su dirección, siendo ello causa de su expulsión. Posteriormente ingresa al PRI, en el que figura como miembro del CEN.

Meses antes de que el presidente Gustavo Díaz Ordaz asumiera la presidencia, la familia Alarcón, de Puebla, fundó *El Heraldó de México*, periódico que salió a la luz pública en 1965. Al frente del nuevo diario estaba Gabriel Alarcón. En la primera plana de su edición inicial, *El Heraldó* publicó una foto del presidente Díaz Ordaz, en el momento de inaugurar las instalaciones y declararse su "primer lector". La aventura periodística de empresarios y banqueros poblanos fue impresa en offset, a todo color, con recursos financieros y técnicos ilimitados.

En el año de 1965 José García Valseca fundó *El Sol de México*, diario que mostró durante sus primeros años una tendencia conservadora y un claro anticomunismo. El presidente de la cadena

---

<sup>5</sup> Granados, Chapa Miguel Angel. *Aproximación a la prensa mexicana*. P. 45.

García Valseca cristalizaba un viejo anhelo: poner a su consorcio el eslabón que le faltaba, un periódico de información general en la Ciudad de México. Dio cabida en su página editorial a algunos cooperativistas disidentes de la dirección de *Excelsior* y a defensores abiertos del sector privado. En 1976 pasó al poder público bajo la dirección de Benjamín Wong Castañeda. Posteriormente, al regresar la empresa al sector privado, Mario Vázquez Raña es nombrado titular y continúa actualmente como su presidente y director general; Carlos Figueroa funge como director del diario. En 1965 inició la edición meridiana bautizada como *El Sol de Mediodía*.

El 6 de noviembre de 1976 nació la revista semanal *Proceso*. Era director general Julio Scherer García; director gerente Miguel Ángel Granados Chapa; editores Vicente Leñero y Miguel López Azuara.

*Proceso* capta el interés de los sectores de participación y decisión de México. Estudiantes, profesores, políticos, periodistas, funcionarios públicos y empresarios, encuentran en *Proceso* cada semana elementos de juicio que el común de las publicaciones no les brinda.

Un nuevo diario surge a la luz en el gobierno de José López Portillo, un grupo de periodistas fundaron el periódico *Unomásuno*, dirigido por Manuel Becerra Acosta. De tamaño tabloide francés, el primer número apareció el lunes 14 de noviembre de 1977, donde publicaba una entrevista con Rodolfo González Guevara como nota principal en su primera página, junto a un texto de presentación titulado "Nuestro Compromiso". Nació como proyecto cooperativo, con una participación mayoritaria del director Manuel Becerra Acosta. Periódico identificado con la izquierda mexicana, actualmente lo dirige Manuel Alonso Muñoz. El diario nació con una inversión inicial de 8 millones 500 mil pesos, que Becerra Acosta reunió en instituciones financieras.

A pesar de la inestabilidad interna que ha significado un frecuente cambio de propietarios, *Unomásuno*, sigue siendo un periódico leído en segmentos pequeños de los ámbitos académico y político. A este periódico le ha tocado vivir dos momentos políticos: el primero coincide con sus años iniciales y el segundo al inicio del gobierno salinista. Como se anotó al principio, en sus primeros años fue políticamente importante por identificarse con la izquierda mexicana y posteriormente por

ser vocero gubernamental. En el capítulo tres se abundará más respecto a este diario ya que es el tema central de este trabajo.

Posteriormente, en octubre de 1981 un nuevo diario capitalino, especializado en asuntos económicos, vio la luz: *El Financiero*. Su dueño y director, Rogelio Cárdenas, fue durante 18 años encargado de relaciones públicas de Petróleos Mexicanos. No abordar asuntos políticos fue la consigna de un grupo de periodistas para echar a andar, hace 17 años, *El Financiero*, un periódico especializado en información económica y financiera.

A la vuelta de los años, el diario se ha convertido en uno de los rotativos más buscados y discutidos, no sólo por sus columnistas políticos y sus informes financieros, también por una amplia información general que incluye, en un espacio de 92 páginas como promedio diario, secciones de cultura, deportes, turismo e internacionales.

*El Financiero* dio un giro trascendente: se convirtió en una empresa informativa. Estos productos son la agencia de noticias Finsat, un disco compacto (CD-ROM) con información publicada en el diario, *software* y *hardware* para sus procesos de impresión.

En febrero de 1984 se anunció la aparición de *La Jornada*. Diario fundado por escritores y reporteros que salieron de *Unomásuno* encabezados por Carlos Payán Verver, Miguel Angel Granados Chapa, Héctor Aguilar Camín, Carmen de Lira y Humberto Mussacchio. Ese día se convocó a la suscripción de títulos de acciones de lo que sería la Sociedad Anónima Desarrollo de Medios (Demos, S.A. de C.V.). En junio de 1996 el grupo de fundadores de ese diario designaron a Carmen Lira Seade como directora. *La Jornada*, según afirmó su director general Carlos Payán Verver en su primer número, pretende

*consignar en sus páginas el movimiento de la sociedad, dar voz a quienes no la tienen, convocar a nuevas corrientes de opinión, y al mismo tiempo ser un diario profundamente crítico, ajeno a todo ataque personal, resumen de cada día, pero sobre todo recipiente de la voluntad y solidaridad de todos y cada uno de ustedes y de muchos otros mexicanos que también pondrán aquí su voluntad y su solidaridad.*<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Rodríguez, Castañeda Rafael. *Prensa Vendida*. P. 252.



La *Jornada* ha adquirido relevancia. Sin dejar de ser fundamentalmente leído en los circuitos académicos y de la oposición política y por eso mismo ha ganado presencia entre funcionarios y en distintos segmentos del poder político. Sus virtudes, son sus desventajas: el periodismo de fuerte contenido ideológico, que a menudo sacrifica la acuciosidad informativa en aras del apoyo a una causa política, sacude las emociones de algunos de sus lectores pero suscita desconfianza en otros.

Al asumir el gobierno Carlos Salinas de Gortari, inicia su publicación el Semanario *7Cambio* dirigido por Isabel Arvide. Así se presentó *7Cambio*: "La revista pretende informar, cuestionar, señalar la realidad mexicana. Sin solemnidades ni formalismos, sin esconder la firma o disfrazar la intención... Somos, queremos ser, espejos de la voz popular..."<sup>7</sup>

Otro medio que apareció en ese periodo es *El Economista*, surgido el 5 de diciembre de 1988, en los primeros días del sexenio presidido por Carlos Salinas. Este medio ha mantenido un nivel de calidad escrupuloso y, sin perder su perfil especializado, ha ganado influencia en los circuitos de decisión de México. Nació con una inversión inicial conjunta de 4 mil millones aportados por un grupo de 12 empresarios. Su director es Luis Enrique Mercado, periodista especializado en información financiera desde 1972.

*El Economista* es el único diario mexicano que tiene un defensor del lector y un código de ética, recursos, ambos, que conforman un marco de referencia tanto para la discusión al interior del periódico, como en su relación con los lectores.

Se edita en un papel especial (denominado peach, por su color durazno) ha enfatizado la singularidad del público al cual está dirigido y que se conforma por directivos de empresas e instituciones bancarias. Ello no le ha impedido practicar un periodismo de búsqueda en la información política.

*Cuestión* es también una publicación meridiana surgida en la administración salinista. Su fundador es Fernando González Díaz Lombardo.

---

<sup>7</sup> *Ibidem*, p. 313.

Por otro parte, el diario *Tribuna* empezó a circular en noviembre de 1989. Aparecía como responsable editora Corporación Periodística Latinoamericana. Alfredo Leal Cortés, antiguo funcionario de Ovaciones, fungía como director. *Tribuna* aspira a ser "voz diálogo, debate y espacio plural donde las demandas de los capitalinos tendrán cabida y sus opiniones serán logros en beneficio de nuestra comunidad. Será resultado del sentir capitalino, reflejo real del acontecer en la ciudad más poblada del mundo: el Distrito Federal.

También en el sexenio pasado nació el semanario *Mira*, cuyo director general y fundador fue Miguel Angel Granados Chapa. La revista se presentó así:

*Estamos persuadidos de que satisface un tipo específico de necesidad informativa, la que en la perspectiva de una semana requiere explicación e interpretaciones, para aliviar perplejidades o suscitar nuevas incertidumbres. Y estamos también convencidos de que un amplio y calificado sector del público, formado en la cultura visual, apreciará el que revaloremos el lenguaje de la imagen como elemento principal y no accesorio del mensaje que proponemos.*<sup>8</sup>

Granados Chapa conservó el cargo de director de *La Jornada*, así como su espacio en la primera plana de este diario, con su columna Plaza Pública por algún tiempo. Actualmente su *Plaza Pública* se publica en el diario *Reforma*.

El semanario *Época* salió en junio de 1991, precedido de una gran difusión en la cadena Televisa. A la cabeza de esta oferta editorial aparece como presidente Abraham Zabłudovsky y como director general Rafael Cardona, ex director de información de la presidencia, *Época* razonaba así su existencia:

*Época buscará explicar con sencillez, sensatez y claridad el porqué de muchos de los aparentemente incomprensibles fenómenos de la economía, sus repercusiones en la vida doméstica y en el entorno social de la población del país... Una publicación para la nueva Época de México.*<sup>9</sup>

En 1992 se publicó el primer número de la revista *Macrópolis*, editada por Información y Periodismo, S. A. de C. V. En papel couché, a todo color, se definía en tres palabras: Reportajes, Cultura, Entretenimiento. Su director general, Juan Pablo Becerra Acosta Molina, hijo de Manuel

<sup>8</sup> *Ibíd.*, p. 325.

<sup>9</sup> *Ibíd.*, p. 340.

Becerra Acosta, presentaba como su oferta medular la cartelera de espectáculos y actividades culturales en la capital. En su primer número apuntaba:

*Un sector creciente se interesa por los medios escritos y visuales: se preocupa por estar bien informado: exige un periodismo de hechos, documentado y profundo; un periodismo que no repita, una vez más el estilo de reproducir declaraciones como sustituto de los acontecimientos del cotidiano vivir en nuestro país.*

*Piensa en un lector urbano, habitante de la ciudad más grande del mundo, informado y exigente, cuya visión de su entorno es ya universal y de sí mismo moderna.*<sup>10</sup>

El surgimiento del diario *Reforma* en noviembre de 1993, bajo la dirección de Alejandro Junco, ha destacado con gran rapidez, gracias a la incorporación de una planta de colaboradores y periodistas profesionales y sobre todo a raíz de una cuantiosa inyección financiera de sus editores, que son los mismos que desde 1938 publican *El Norte* en Monterrey

A este medio de comunicación le tocó vivir en su primer aniversario –noviembre de 1994- una etapa de presiones por parte de la Unión de Voceadores por no estar de acuerdo en que el periódico se publique los días considerados feriados para el gremio, incluyendo el 20 de noviembre, fecha de aniversario de *Reforma* y su oposición a que el diario realice promociones para atraer suscriptores o que se expendan en locales cerrados.

En un editorial del periódico se dijo que el diario respeta el derecho de la Unión a trabajar en la venta de periódicos y revistas, por lo que no intentará "condicionar o regular las publicaciones que manejan", pero recalcan la exigencia de respeto a su trabajo periodístico y al derecho a decidir la forma y los tiempos de trabajo de la empresa. Considera que la posición de la Unión "como representante monopólico de todos los expendios que operan en vía pública es una traba artificial que dificulta la operación de las publicaciones y las hace víctimas de reglas y condiciones frecuentemente inaceptables, siempre impuestas por la fuerza" y se pronuncia en favor de la libertad de competencia.

---

<sup>10</sup> *Ibid.*, p. 349.

Después de los altercados con la Unión, el periódico diseñó un mecanismo de distribución para la venta de su periódico invitando a los ciudadanos a crear microempresas, que en opinión del líder de los voceadores Manuel Ramos lo que pretende *Reforma* es crear un sistema alternativo de distribución, tal y como se hizo con *El Norte* en Monterrey.

La edición mexicana del periódico español *El País* dio una breve versión: "El diario *Reforma* no se vendió ayer. La Unión de los Voceadores, organización que controla la distribución de la prensa, detuvo la circulación del periódico con el objetivo de impedir la extensión de la campaña de suscripciones y venta en los locales fuera de su control."<sup>11</sup>

El 16 de junio de 1994 el diario español *El País* comienza a publicarse en México. Es un pequeño encarte de información local de carácter político y cultural dirigido fundamentalmente a la comunidad de españoles y sus descendientes radicados en México.

*Étcétera* es una publicación semanal editada por análisis, ediciones y cultura, fundada en 1993. El director general es el periodista y maestro universitario Raúl Trejo Delarbre.

El perfil de los lectores son profesionales egresados de instituciones de educación superior, hombres de negocios y de la política, periodistas, gente relacionada con la cultura, el arte y la investigación.

El ex propietario de *Ovaciones*, Fernando González Parra, comenzó en septiembre de 1995 la publicación de un diario en inglés, *México City Times*, propiedad suya y de Fausto Loredo Zapata, ex director de prensa de la Presidencia de la República. En la ciudad de México ya existía un diario similar editado por *Novedades*.

En junio de 1996 se anunció que iniciaría la publicación del diario *La Crónica de hoy*, dirigido por el periodista Pablo Hiriart, exdirector de *El Nacional* y de la agencia *Notimex*.

El semanario *Milenio* es fundado en agosto de 1997. Es editado por el periódico *El Diario de Monterrey* y tiene como director a Federico Arreola. *Milenio*, a decir de algunos periodistas, es el

---

<sup>11</sup> Revista *Proceso* No. 940, 7 de noviembre de 1994. P. 21.

acento en política y mil cosas más, es el semanario de actualidad con los editorialistas más destacados del momento y el mejor diseño gráfico en todas sus páginas.

El más reciente es el rotativo *México Hoy*. Surgió el 13 de julio de 1998, bajo la dirección de Miguel Cantón Zetina.

A continuación se presenta el cuadro resumen cronológico con los periódicos y revistas del Distrito Federal, en el que se registra el nombre del director, la año de fundación y el sexenio en que comenzó a publicarse, a fin de que el lector tenga un panorama de cuantos periódicos y/o revistas han aparecido por cada periodo presidencial.

RELACIÓN DE LOS PERIÓDICOS Y REVISTAS DEL DISTRITO FEDERAL

<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECTOR</b>	<b>FECHA DE FUNDACIÓN</b>	<b>SEXENIO</b>
<i>El Universal</i>	Juan Francisco Ealy Ortiz	Octubre, 1916	Venustiano Carranza
<i>El Universal Gráfico</i>	Juan Francisco Ealy Ortiz	1922	Alvaro Obregón
<i>Excelsior</i>	Regino Díaz R.	Marzo, 1917	Venustiano Carranza
<i>La Prensa</i>	Mario Vázquez Raña	Agosto, 1928	Plutarco Elías Calles
<i>El Nacional</i>	Enriqueta Cabrera	Mayo 27, 1929	Emilio Portes Gil
<i>La Alción</i>	Angel Trinidad F.	1930	Pascual Ortiz Rubio
<i>Novedades</i>	Rómulo O'Farrill Jr.	1936	Lázaro Cárdenas
<i>Últimas Noticias</i>	Regino Díaz R.	1936	Lázaro Cárdenas
<i>El Esto</i>	Mario Vázquez Raña	1941	Manuel Avila Camacho
<i>Ovaciones</i>	Alejandro Burillo A.	1947	Miguel Alemán Valdés
<i>The News</i>	Rómulo O'Farrill	1950	Miguel Alemán Valdés
<i>Diario de México</i>	Federico Bracamontes	Marzo 2, 1948	Miguel Alemán Valdés
<i>Ovaciones 2ª Edición</i>	Alejandro Burillo A.	1962	Adolfo López Mateos
<i>El Día</i>	José Luis Camacho	1962	Adolfo López Mateos
<i>El Heraldo de México</i>	Gabriel Alarcón	1965	Gustavo Díaz Ordaz
<i>El Sol de México</i>	Mario Vázquez Raña	Octubre 25, 1965	Gustavo Díaz Ordaz
<i>Sol de Mediodía</i>	Mario Vázquez Raña	1965	Gustavo Díaz Ordaz

<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECTOR</b>	<b>FECHA DE FUNDACIÓN</b>	<b>SEXENIO</b>
<i>Proceso</i>	Julio Scherer	1976	José López Portillo
<i>Unomásuno</i>	Manuel Alonso M.	Noviembre 14, 1977	José López Portillo
<i>Cuestión</i>	Alberto González P.	Enero 22, 1980	José López Portillo
<i>El Financiero</i>	Rogelio Cárdenas	Octubre 15, 1981	José López Portillo
<i>La Jornada</i>	Carmen Lira Seade	Septiembre 1984	Miguel de la Madrid
<i>Summa</i>	José Antonio Pérez Stuart		Carlos Salinas de Gortari
<i>El Economista</i>	Luis Enrique Mercado	Octubre 13, 1989	Carlos Salinas de Gortari
<i>7Cambio</i>	Isabel Arvide	Diciembre, 1988	Carlos Salinas de Gortari
<i>Tribuna</i>	Miguel Angel Morales	Noviembre 21, 1989	Carlos Salinas de Gortari
<i>Época</i>	Rafael Cardona	1991	Carlos Salinas de Gortari
<i>Macropólis</i>	Pablo Becerra	1992	Carlos Salinas de Gortari
<i>Reforma</i>	Alejandro Junco	Noviembre 20, 1993	Carlos Salinas de Gortari
<i>Etcétera</i>	Raúl Trejo Delarbre	1993	Carlos Salinas de Gortari
<i>Express México</i>	Miled Libien Kavi	Agosto 10, 1995	Ernesto Zedillo Ponce de León
<i>México City Times</i>	Fernando González Parra	Septiembre, 1995	Ernesto Zedillo Ponce de León
<i>La Crónica de hoy</i>	Pablo Hiriart	Junio, 1996	Ernesto Zedillo Ponce de León
<i>México Hoy</i>	Miguel Cantón Zetina	Julio 13, 1998	Ernesto Zedillo Ponce de León
<i>Milenio</i>	Jesús D. González	Agosto, 1977	Ernesto Zedillo Ponce de León
<b>Total de periódicos</b>	<b>28</b>		
<b>Total de revistas</b>	<b>5</b>		
<b>Total de periódicos y revistas en circulación</b>	<b>33</b>		

Nota: En el apéndice de este trabajo se presentan las primeras planas de los diarios del Distrito Federal

### 1.3 La distribución en las empresas periodísticas

El periódico como empresa se dedica a transmitir información a un gran número de receptores. Produce una mercancía en forma periódica (el diario o revista) en forma colectiva, mediante una organización de tipo industrial, constituida tecnológicamente. Su objetivo central es obtener la mayor difusión y, en la mayoría de los casos, obtener ganancias.

Este objetivo de ganar dinero por la venta del producto, en ocasiones no importa tanto debido al subsidio que recibe por parte de algún grupo económico o político;

*la información no es una mercancía, pero en el tráfico hace operar como si de una mercancía se tratara. Sin embargo el obligado tratamiento mercantil de la información nunca puede obstaculizar ni oscurecer la especial dignidad de aquella. Existe el comercio de la información (...) pero no se debe hacer comercio con ella. Lo que la empresa periodística viene a cumplir es ser un instrumento o medio para el ejercicio del derecho a la información posible para todos.<sup>12</sup>*

Los procesos que realiza la empresa periodística comprenden, entre otros, concebir al producto, planificarlo y, finalmente, llevar a cabo su distribución. La historia de la distribución de los periódicos tuvo que pasar por un camino difícil para realizarse como hoy día. De venderse en los inicios de la prensa en las cafeterías y pagando para que el ejemplar llegara a manos del lector, en el siglo XVII surgen los vendedores de periódicos, empleados por la misma casa editora.

Posteriormente, con el perfeccionamiento tecnológico, aunado al interés de la población por querer estar bien informada, trajo como consecuencia un cambio en la concepción del periódico como mercancía. La materia de las noticias no sólo se modificó por la transformación del mercado, cambió la naturaleza del periódico en tanto mercancía de industria. La distribución desde ese momento, y hasta nuestros días, se empezó a llevar por dos canales distintos que le permitieron cubrir la demanda de ejemplares de la población y los intereses de los dueños de los periódicos. Dos canales: la venta en las calles y la suscripción.

---

<sup>12</sup> Hernández Carballido, Elina Sonia. El final de la cadena... la distribución de periódicos en México. P. 7.



Actualmente el reparto en las calles lo efectúa personal fijo en la localidad; el número de ejemplares destinados a este canal depende del reglamento interno del diario. Al vendedor, por su parte, se le entrega una cantidad determinada de periódicos con un descuento sobre el precio de la venta, con el derecho de devolver aquellos que no venda. Por su parte, las casas editoras tienen un grupo de jóvenes que reparten los diarios en las viviendas de las personas que han realizado una suscripción semanal, semestral o anual.

Aunque los periódicos no manejen de forma similar su proceso de distribución, es importante que lleven un control de las quejas de los clientes, inicio o término de las suscripciones. Hacer listas que se reparten entre los vendedores de suscripciones para que tengan una relación actualizada de quiénes son suscriptores y quiénes no lo son. Realizar la facturación automática que elimina las tareas de llenar sobres a mano. Tener el control de la información relativa a la entrega de ejemplares en kioscos, y tiendas.

La tecnología ha revolucionado en forma acelerada la manera de producir y realizar la prensa, que el proceso de distribución no podía quedar ajeno a estos cambios. Sin embargo, conocer cuál será el futuro de la distribución al introducir nuevas tecnologías no es tarea sencilla, va más allá de mejorar y hacer más rápido el servicio de entrega de los ejemplares.

#### **1.4 La distribución de la prensa**

El surgimiento de *El Imparcial* de Rafael Reyes Spíndola en 1896 marcó el inicio de la prensa industrial en México. Es el primer diario en contar, como empleados propios, a un grupo de "pilluelos" que por las calles puñalan, chiquillos que se arremolinaban en las puertas de la casa editora para distribuir el periódico, en forma cotidiana y continua. *El Imparcial* implantó, de esta manera, la venta de ejemplares en despachos, y al menudeo en expendios.

La aparición de este diario en México transformó no sólo el contenido y la realización de un periódico, al darle más importancia a la nota informativa, al introducir en sus talleres tecnología moderna y tirar más de cien mil ejemplares; también sentó las bases de distribución que, posteriormente, harían suyas diarios como *El Universal*, *Excélsior* y *Novedades*, entre otros.

Esta herencia que *El Imparcial* dejó al periodismo mexicano, en relación a las formas de distribución no ha variado mucho con el paso del tiempo. Actualmente, existen cuatro mecanismos distintos que se utilizan en la prensa del Distrito Federal, para que el lector tenga en sus manos todos los días el periódico:

- Suscripción
- Venta por voceo
- Agencias foráneas
- Locales cerrados

En el siguiente esquema se señalan los cuatro mecanismos de distribución y el destino final de su tarea:

**CUADRO No. 2**

<b>DISTRIBUCIÓN</b>	<b>DESTINO</b>
Venta por suscripciones	Reparto personal
Venta por voceo	Puestos fijos y voceadores
Venta por agentes	Reparto foráneo a provincia
Locales cerrados	Entrega del ejemplar al lector

Gustavo González Lewis, presidente de la Cámara Nacional de la Industria Editorial (Caniem) explica en *Distribución y venta de publicaciones periódicas*, el camino que sigue un diario capitalino después de ser impreso, hasta llegar a los lectores.

Para llevar a cabo estos procesos, dos grupos son los encargados del control y de la planeación del ejemplar, y de repartir los periódicos (ver esquema en cuadro No. 3):

a) **El Editor**, se encarga de investigar el mercado; planear, crear y desarrollar el producto; al igual que debe realizar la promoción, publicidad y relaciones públicas para lanzarlo.

B) **El distribuidor**: se encarga de repartir en forma correcta el producto y de administrar las ventas.

Aunque no es el objetivo central de este trabajo se mencionan los principales pasos que se llevan a cabo para lanzar un diario o revista. Para crearse son seis las etapas que deben cubrir los editores:

**Concepto editorial**, determina que tipo de publicación se trata; revista libro, fascículo, otro; se señala el tema moda, deportes, entretenimiento, política, economía, etc.

**Perfil socioeconómico** del lector: saber a quienes se va a dirigir la publicación, generalmente se indica el sexo, edad, *status* económico y social, nivel cultural y educativo del futuro lector.

**Diseño y especificaciones técnicas**: el editor podrá definir el formato, tipo de encuadernación, número de páginas, colores, papel, diagramación, y otros aspectos importantes para ello.

**Periodicidad**: semanal, catorcenal, quincenal, mensual.

**Precio de venta**:

**Tiraje**: tomando en cuenta el margen de devolución

<b>NEGOCIACIÓN CON EDITORES</b>			
<b>ETAPAS DE LA DISTRIBUCIÓN Y VENTA DE PUBLICACIONES</b>			
	<b>A. Concepto Editorial</b>	> Tipo	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Revista</li> <li>◆ Fascículo</li> <li>◆ Libro</li> <li>◆ Otros</li> </ul>
		> Tema	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Moda</li> <li>◆ Deportes</li> <li>◆ Entretenimiento</li> <li>◆ Otros</li> </ul>
<b>1. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO</b>	<b>B. Perfil Socioeconómico del Lector</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Sexo</li> <li>◆ Edad</li> <li>◆ Status económico y social</li> <li>◆ Nivel cultural y educativo</li> <li>◆ Ubicación Geográfica</li> </ul>	
		<b>C. Diseño y especificaciones técnicas</b>	
	<b>D. Periodicidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Semanal</li> <li>◆ Catorcenal</li> <li>◆ Quincenal</li> <li>◆ Mensual</li> <li>◆ Otros</li> </ul>	
	<b>E. Precio de venta</b>		
	<b>F. Tiraje</b>		
<b>2. CONDICIONES Y TÉRMINOS DE DISTRIBUCIÓN</b>	<b>A. Descuentos</b>		
	<b>B. Pagos</b>		
	<b>C. Devoluciones</b>		
	<b>D. Operación</b>		

**CUADRO No. 4**

<b>Máquina Rotativa</b>		
<b>Distribución del Periódico</b>		
<b>Canal de suscripción</b>	<b>Canal de Voceo</b>	<b>Canal foráneo</b>
Choferes	Despacho	Embarques
Zonas de reparto	Expendio	Choferes
Repartidores	Voceadores	Servicio
Puestos fijos	Público Regional	Lectores

Ante este panorama se realiza la negociación del editor con el distribuidor para determinar cuáles serán los términos que regirán su relación: descuentos, pagos, devoluciones, operación. Es conveniente, señala Gustavo González Lewis, que quede establecida por escrito la relación para evitar cualquier discrepancia entre el editor y el distribuidor.

**CUADRO No. 5**

<b>DISTRIBUCIÓN Y VENTA DE PUBLICACIONES</b>		
<b>PARTICIPACIÓN DEL EDITOR Y LA DISTRIBUIDORA EN EL PROCESO DE</b>		
<b>MERCADOTECNIA DE LAS PUBLICACIONES</b>		
<b>PARTICIPACION DIRECTA</b>	<b>PROCESO</b>	<b>ASESORIA</b>
<b>EDITOR</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Investigación de Mercados</li> <li>2. Planeación y desarrollo del producto</li> <li>3. Promoción, publicidad y relaciones públicas</li> </ol>	Distribuidora
<b>DISTRIBUIDORA</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Distribución del Producto</li> <li>5. Administración de Ventas</li> </ol>	

Una vez delimitados estos puntos se debe planear las estrategias de lanzamiento. Cinco son los canales de distribución que hay para distribuir ejemplares de periódicos: Unión de Voceadores y Expendedores de México, locales cerrados en el Distrito Federal y zona Metropolitana, Interior de la República, y Suscriptores.

- ◆ **La Unión de Voceadores y Expendedores de México** es la agrupación que se encarga de distribuir aproximadamente el 65% o 70% de los diarios de circulación nacional en el Distrito Federal.
- ◆ **Locales cerrados D. F. y Área Metropolitana.** Son negocios mercantilmente establecidos. Sin contar librerías, existen 599 locales que cuentan con exhibición y venta de publicaciones como son: tiendas de autoservicio, supermercados, tiendas departamentales, farmacias, hoteles, aeropuertos, restaurantes, estaciones de autobús y ferrocarriles. Este sector cubre, aproximadamente, más del 10% de la distribución nacional.
- ◆ **Interior de la República.** Aproximadamente 250 distribuidores surten, en poblaciones del interior del país a los puestos de periódicos locales o cerrados de sus ciudades, los diarios que se imprimen en el Distrito Federal y en la zona de origen.
- ◆ **Suscriptores.** Son lectores que reciben diariamente el periódico en su domicilio. Sin porcentaje.
- ◆ **Exterior.** Comercialización en el extranjero de las publicaciones. Sin porcentaje conocido.

En cuanto a los tipos de exhibidores los más comunes son los puestos de periódicos que, según sus formas y características pueden ser: casetas, quioscos, roperos, anaqueles con puertas abiertas que sirven para mostrar, tijeras y tendedores. Locales cerrados, los cuales utilizan revisteros, librerías o vitrinas.

Por otro lado, señala Gustavo Lewis, es recomendable que la empresa periodística no descuide todos los aspectos antes mencionados, por lo que aconseja una permanente supervisión sobre el proceso en general.

A continuación se señala cuáles son los lugares y formas de exhibición de las publicaciones periódicas en el Distrito Federal.

<b>LUGARES Y FORMAS DE EXHIBICIÓN</b>	
<b>LUGAR</b>	<b>FORMA</b>
Librerías	Visible
Puestos de periódicos	Visible
Autoservicio	Accesible
Supermercados	Accesible
Abarrotes	Accesible
Hoteles	Constante
Cafeterías	Constante
Estaciones de autobuses	Concentración
<b>Tipos de exhibición</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Puestos de periódicos</li> <li>◆ Casetas</li> <li>◆ Roperos</li> <li>◆ Tijeras</li> <li>◆ Tendedores</li> </ul>

Para llevar a cabo el proceso de distribución en forma correcta existe, en cada empresa periodística un departamento que se encarga de esta tarea: el departamento de circulación. Éste coordina, controla y regula las tres fases que comprenden el buen funcionamiento y circulación de un periódico: la suscripción, venta foránea y voceo.

Las suscripciones comprenden la entrega diaria a domicilio del ejemplar a lectores que pagaron el servicio. Este tipo de distribución significa cantidades de dinero recibidas por adelantado a la casa editora, lo que representa para el dueño la base para la venta de espacio y el anunciante tiene la seguridad de que un número determinado de personas leerá su publicidad o propaganda.

En la actualidad, la mayoría de los diarios capitalinos cuentan con un sistema de suscripción para el reparto de sus ejemplares, el cual varía tanto en su costo como en las promociones que ofrecen a sus lectores: sorteos, libros, revistas, casas, dinero, etc. Existen de igual forma dos tipos de suscripción: la temporal, que varía de seis meses a un año, y, el de semana vencida, mecanismo poco usual en la prensa mexicana.

El mecanismo de distribución foránea en el interior de la República comprende la venta de los diarios del D.F. a esas plazas, el número de publicaciones depende del diario y su tiraje.

Otro mecanismo de distribución de la prensa en la Ciudad de México es el que realiza la Unión de Voceadores, quien ofrece la venta del diario a través de puestos fijos y voceadores. Es importante acotar es que cuando una nueva publicación va a salir al mercado, el editor se pone en contacto con el secretario general de la Unión de Voceadores, Manuel Ramos, le muestra la publicación y explica cuál será la periodicidad, costo, etc. La Unión se guarda el derecho de aceptar ser distribuidor o no.

El despacho controla la distribución de los periódicos, los cuáles deberán ser entregados entre las 4:30 a.m. y 6:00 a.m. diariamente.\* En suma, la empresa periodística tiene que someterse a un complejo sistema para iniciar el proceso de distribución de su producto. El contrato "de palabra" consiste en la entrega de ejemplares a la Unión a un costo 40% menos del precio normal para el público. Si cuesta \$5.00, a la Unión le vale \$2.00.

El ejemplar es trasladado, al salir de las rotativas, a los expendios, en los cuales se reparten, entre los voceadores determinadas cantidades de periódicos para la venta final. El pago de números y la devolución de publicaciones se lleva a cabo una semana después de que se entregó el material. Al trasladar los diarios al expendio, la empresa ya no es responsable de que el producto llegue a las manos de los lectores, todo queda en manos de la Unión de Voceadores, quien durante 360 días al año lleva a cabo este trabajo.

En la Ciudad de México, al comenzar 1998 tenemos 31 periódicos según el Directorio de Medios Impresos<sup>13</sup>. La tabla que se presenta a continuación muestra los periódicos registrados en el mencionado Directorio.

---

\* Sobre este punto se abunda en el capítulo número 2.

<sup>13</sup> *Medios Publicitarios Mexicanos*. Medios Impresos No. 59, agosto de 1998.



CUADRO No. 7

NOMBRE DEL MEDIO	TIRAJE POR EDICIÓN	PRECIO POR EJEMPLAR (\$)
<b>PERIÓDICOS</b>		
<b>Cuestión</b>	48,000	4.00
<b>Diario de México</b>	76,000	4.00
<b>El Día</b>	50,000	4.00
<b>El Economista</b>	28,000	5.00
<b>El Financiero</b>	135,000	5.00
<b>El Herald de México</b>	*No declara tiraje	5.00
<b>El Nacional</b> (Dejó de publicarse el 30 de septiembre de 1998).	50,000	3.00
<b>El Universal Gráfico</b>	18,000	3.00
<b>El Universal*</b>	170,356 Lunes a Sábado 181,615 Domingo *Tiraje certificado por el Instituto Verificador de Medios	5.00
<b>Esto</b>	375,000	4.00
<b>Excélsior</b>	200,000	5.00
<b>Express de México</b>	15,000	4.00
<b>Extra</b>	35,000	3.00
<b>La Afición</b>	85,000	4.00
<b>La Crónica de Hoy</b>	35,000	4.00
<b>La Jornada*</b>	105,471 Lunes a sábado 100,924 Domingo *Tiraje certificado por el Instituto Verificador de Medios	6.00
<b>La Prensa</b>	270,000	4.00
<b>Metro</b>	50,000	3.00
<b>México City Daily Bulletin</b>	5,000	3.00
<b>México City Times</b>	25,000	5.00
<b>México Hoy</b>	50,000	5.00
<b>Novedades</b>	42,990	5.00
<b>Ovaciones</b>	130,000	4.00
<b>Ovaciones Segunda Edición</b>	100,000	3.00
<b>Reforma</b>	115,000	5.00
<b>Sol de Mediodía</b>	45,000	3.00
<b>Sol de México</b>	76,000	5.00
<b>The News</b>	15,902	5.00
<b>Tribuna</b>	41,800	3.00
<b>Últimas Noticias</b>	54,000	3.00
<b>Unomásuno</b>	45,000	5.00
<b>REVISTAS</b>		
<b>Época</b>	49,171	15.00
<b>Este País</b>	8,500	15.00
<b>Etcétera</b>	8,000	12.00
<b>Expansión</b>	26,242	15.00
<b>Milenio</b>	30,000	15.00
<b>Proceso*</b>	98,784 *Tiraje certificado por el Instituto Verificador de Medios	20.00
<b>Siempre</b>	100,000	10.00
<b>Tiempo Libre</b>	95,000	7.00

**2. LA UNIÓN DE VOCEADORES Y EXPENDEDORES DE LOS  
PERIÓDICOS DE MÉXICO**

## 2.1 Antecedentes

Se sabe de voceadores como, desde 1722, cuando un grupo de personas dedicadas a este oficio, distribuía en la ciudad de Mérida las primeras gacetas editadas en la Nueva España.

La historia del "papelero" en México, se inicia con *El Imparcial*, fundado y dirigido por Rafael Reyes Spíndola, no porque antes no hayan existido publicaciones de importancia indiscutible, sino porque hasta entonces, no fue lucrativa la venta de periódicos en la vía pública, naciendo lo que hoy es el gremio de los expendedores y voceadores de periódico.

El voceador de periódicos es un personaje que tiene más de un siglo de existencia. Su presencia en las descripciones que Salvador Novo hace de una plaza en la Ciudad de México en 1824, es un indicio de que a principios del siglo XIX hombres y mujeres vendían ejemplares de periódicos en las calles gritando las principales noticias del día.

Con el nombre de papeleros se conocía al vendedor de diarios en las calles y era descrito por Rafael Martínez, fundador y director de el periódico *El Demócrata* como:

*...el chiquillo que siempre entusiasta, ágil, vivaracho, recorre las calles vendiendo periódicos apenas asoma el día; es simpático e interesante, porque no obstante su corta edad ya hace frente a las exigencias de la vida.*

*Bohemio por naturaleza, gustador de la libertad absoluta como las aves, va y viene, salta y corre a su antojo y ese, su medio de vida, no lo cambiaría por ventaja alguna.*

*Admiro al papelerero porque es fuente de entusiasmo y alegre en su soledad; porque subsiste de su personal esfuerzo; porque es activo y eficaz; porque los sufrimientos no lo abaten y pasa cantando a la vida"...<sup>14</sup>*

Con la aparición de *El Imparcial* los papeleros tuvieron gran trabajo al vender tantos ejemplares a un precio muy barato (un centavo). Sin embargo, sus problemas continuaban con el atraso de otras publicaciones al imprimirse, y por la competencia que afrontaban con el diario de Reyes Spíndola.

---

<sup>14</sup> Salgado, Bravo Emma. *Estudio de la situación socio-económica del voceador de prensa*. P.105.

Existen otras versiones sobre el surgimiento de los papeleros en México. Un escrito del periódico el Siglo XX del 27 de julio de 1893 titulado "El vendedor de periódicos" y retomada por *El Universal*, describe a los voceadores de esa época como pequeños "alegres, peleoneros, decidores y más vivos que una ardilla", que sabían darle importancia a las noticias al gritar ¡Terrible acontecimiento! ¡Un hijo que mató a su padre y a su tía!<sup>15</sup>

En su libro *De la opinión a la noticia* Irma Lombardo asegura que desde finales del siglo XX la distribución de periódicos ya comenzaba a adquirir tendencias monopólicas. En ese entonces existía un comerciante papelerero llamado Trinidad Martínez, quien controlaba a un grupo de chiquillos que no superaban los 12 años y que se dedicaban a recorrer la ciudad de México pregonando algunas publicaciones.<sup>16</sup>

En 1923 dos mil papeleros, expendedores y repartidores de periódicos decidieron unirse y formar un frente que defendiera sus derechos dentro de las incipientes empresas periodísticas y ante el propio gobierno, quien les exigía el pago de impuestos por trabajar en la calle.

*El Demócrata*, con su director Rafael Martínez al frente anunció en sus páginas 9 y 11:

*Los papeleros del Distrito federal organizaron ayer su agrupación. Bajo la designación de Unión de Expendedores, Voceadores y Repartidores de Prensa ha quedado constituido ese fuerte y simpático grupo de luchadores. En vista de que primero linotipistas, después obreros y más tarde redactores de la prensa metropolitana fueron organizándose en agrupaciones de resistencia, los papeleros que no podían más tiempo continuar alejados del movimiento, toda vez que forman parte y muy importante de este núcleo social decidieron organizarse ... Una de las más bellas esperanzas de los organizadores del gremio de los periodistas fue siempre la formación de este gremio de los papeleros y el día de ayer se cristalizó esa bella idea.<sup>17</sup>*

La Unión de Expendedores, Voceadores y Repartidores de Prensa del Distrito Federal, (gremio que forma parte total en el desarrollo de los medios impresos de la ciudad de México) nació el 15 de enero de 1923 a las 12 horas, en el salón de sesiones del Sindicato de Redactores y empleados de la Prensa del Distrito Federal, se reunieron algunos de los expendedores y voceadores con el objetivo de tratar la conveniencia de formar una agrupación gremial.

<sup>15</sup> Aguilar, Gabriela y Terrazas, Ana Cecilia, *La prensa en la calle*, p. 37.

<sup>16</sup> Citado por las mismas autoras en *La prensa en la calle*, p. 38.

<sup>17</sup> Fernández, Carballido Elina Sonia. *El Final de la cadena... la distribución de periódicos en México*. P. 27.

Así, decidieron constituir la Unión de Expendedores, Voceadores y Repartidores de Prensa en el Distrito Federal. De acuerdo con el acta constitutiva entre sus fundadores figuran Atilano Bautista, Manuel Corchado, Urbano Santoyo, Antonio González, Manuel Paredes, Vidal M. Chives, José Meneses, José Alvarez, Pedro Santoyo, Francisco Hernández, Epigmenio Carvajal, Luis Velasco, Ricardo Juárez, Diego y Marcos Valencia, Luis Flores, Amador Godínez, Aristeo Ruiz y Juan Islas.

El entonces secretario general del sindicato mencionado José Guafí Rojo, fue comisionado el 15 de enero de 1923 para explicar la forma en que esta agrupación debía constituirse para el mejor éxito de los fines que perseguía.

En esa reunión se intercambiaron opiniones en la que hicieron uso de la palabra distintas personas con objeto de encauzar el criterio de la asamblea. Entre los acuerdos que se tomaron se decidió constituir un gremio de papeleros para la defensa colectiva de sus intereses. Aquel día se convino en los siguientes puntos:

- ◆ Constituir La Unión de Expendedores, Voceadores y Repartidores de la Prensa del Distrito Federal.
- ◆ Elegir un Comité ejecutivo provisional que atienda a la organización del gremio.
- ◆ Reunirse en Asamblea general, el miércoles 17 de enero de 1923, para nombrar algunas comisiones, muy especialmente la de estatutos.
- ◆ Levantar el acta de constitución debidamente firmada por todos los presentes para protocolizarla en su oportunidad ante notario público.

Más adelante se procedió a la elección de un comité ejecutivo en el que como resultado de un escrutinio fueron electos ya en sus cargos, los miembros del comité ejecutivo provisional, declararon constituida la Unión de Expendedores, Voceadores y Repartidores de la Prensa del Distrito Federal.

Como secretario general se nombró a Atilano Bautista, secretario del interior, Manuel Corchado, secretario de Actas, Urbano Santoyo, Secretario del Exterior, Vidal M. Chávez, y Secretario Tesorero, Antonio González. Ya en posesión de sus cargos. Los miembros del comité ejecutivo

provisional, declararon constituida la Unión de Expendedores, Voceadores y Repartidores de la Prensa del D.F.

Algunos diarios nacionales como Excélsior publicaron notas informativas referentes al nacimiento de la agrupación y mostraron su beneplácito por el acontecimiento que cristalizaba las esperanzas de un "sufrido y abnegado" gremio.

*Excélsior* anunció, dos días después, en su página 8:

"Voceadores de periódicos que forman su agrupación: se realizó uno de los más bellos pensamientos a favor de esos abnegados gremios que tantos servicios prestan a la prensa y al público metropolitano..."

La nota anterior refleja la aceptación y el gusto de los periodistas al surgir el gremio de los voceadores.

El surgimiento de la Unión se caracterizó por la confianza de grupos de redactores y dueños de periódicos al tener en el gremio un grupo cohesionado para distribuir las publicaciones de la mejor manera posible.

Una vez creada la Unión, se vio la necesidad de darle un domicilio legal para que sirviera a la agrupación y al mismo tiempo, fuera un albergue para los voceadores. El 17 de enero de 1923 nace la idea de construir la Casa del Papelero.

De esta manera comenzó la vida organizada de esa falange de "papeleros" <sup>18</sup> la mayor parte desvalidos, huérfanos muchos de ellos son el sostén de la madre enferma y aún de hermanos de menor edad.

En sus inicios la Unión formó parte de la Federación de Uniones y Sindicatos de Artes Gráficas de México y por lo tanto, de la Confederación Regional Obrera Mexicana (CROM), ante las cuales tendría representación directa e indirecta respectivamente .

---

<sup>18</sup> Vendedor de periódicos, testimonio oral.

El objeto de esta agrupación sería impartir ayuda mutua y protección a sus miembros. Entre los puntos tratados se acordó que la unión no podría disolverse mientras cuente con un mínimo de 20 miembros.

Al constituirse oficialmente, la Unión declaró ser autónoma en su régimen interior y acatar las disposiciones que afecten a uno o más gremios, y que, por lo tanto revistan un carácter general, siempre que sean dictados por la Federación a la cual esta adherida.

En los primeros años de su existencia, la Unión contó con el apoyo de redactores y periodistas, principalmente por medio del Sindicato de Redactores que en varias ocasiones prestó sus instalaciones para sus juntas, informó sobre las actividades de ésta y defendió los derechos de los voceadores a través de notas periodísticas.

Ejemplo de este último es la decisión de las autoridades de excluir a los voceadores de un aumento en el pago de impuestos aplicado a todos los comerciantes.

La Unión se relacionó con la Confederación Regional Obrera Mexicana (CROM), organismo del cual fue parte desde junio de 1924 y formó parte de la Federación. Cuatro años después, en diciembre de 1928, la Unión de Voceadores y el Sindicato de Redactores, al igual que otras agrupaciones sindicales, se separaron de la CROM.

En el final de la cadena: la distribución de periódicos de México, el caso de la Unión de Expendedores y Voceadores, la investigadora Elina Sonia Hernández considera que aun cuando el surgimiento de la Unión pasó en un principio desapercibido por las autoridades, cuatro años fueron suficientes para que el Estado descubriera la doble función que los voceadores desempeñaban: por un lado, distribuía en forma eficiente los diarios, pero también representaba una organización que tenía en el poder decidir si repartía o no un ejemplar periódico.

Esta corta participación permitió, unir a este grupo "humilde" de trabajadores con el sistema político, al convertirse en parte activa de la vida social del país, al apoyar las decisiones del gobierno o del hombre, que en ese momento, tenía en sus manos las riendas del país.

Sin embargo, a pesar del poco tiempo que duró esta relación, los voceadores tienen un lazo estrecho y perdurable en la Constitución Mexicana, En los artículos 6 y 7, al definirse la libertad de

expresión y sus limitaciones, se menciona que los expendedores y papeleros no podrán ser encarcelados por delitos de prensa.

Artículo 6° "La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito o perturbe el orden público; el derecho a la información será garantizado por el Estado".

Artículo 7° "Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores e impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento de delito.

Las Leyes Orgánicas dictarán cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que, so pretexto de las denuncias por delitos de prensa, sean encarcelados los expendedores, papeleros, operarios y demás empleados del establecimiento donde haya salido el escrito denunciado, a menos que se demuestre previamente la responsabilidad de aquéllos". Nota pie Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. p.6

A su vez, la Ley de Imprenta, publicada el 12 de abril de 1917, protege a los expendedores de los medios impresos. En el artículo 18 se establece que los expendedores, repartidores o papeleros sólo tendrán responsabilidad cuando estén comprendidos en algunos casos definidos en el artículo 17, que se refiere a la autoría intelectual de una obra ilícita, y cuando, "tratándose de escritos o impresos anónimos, no prueben que persona o personas se los entregaron para fijarlos en las paredes o tableros de anuncios o venderlos, repartirlos o exhibirlos.

Estas leyes protegen la actividad de los voceadores y de los expendedores, quienes no pueden ser encarcelados por el contenido de alguna de las publicaciones que distribuyen (como sucedía en el porfiriato).

Legalmente, la actividad del voceador y expendedor está asegurada; no existe, como en la época del porfiriato, represión en contra del periodista, impresor y papeleros, quienes eran



encarcelados sin miramientos cuando la publicación no era del agrado ni respondía a los intereses de los principales grupos en el poder.

Sin embargo, debe destacarse que, según la Constitución, el papelerero y el expendedor no cumplen en sí una tarea intrínseca al periodismo, ya que nunca podrán ser encarcelados por lo publicado en algún ejemplar, ya que sólo cumplen la tarea de repartirlos sin que por ello tengan responsabilidad de lo ahí escrito.

Actualmente, la Unión de Voceadores está catalogada como Asociación Civil A. C. y tiene deberes con el Estado, registrados en diferentes leyes como la General de Sociedades Mercantiles, el Código de Comercio y el Reglamento de Comercio Semi-Fijo y Ambulante en el Distrito Federal y en la Ley General de Sociedades Mercantiles.

La Unión en su reglamento cumple con las cualidades de tener una asamblea para discutir sus asuntos, de señalar las funciones y derechos de sus miembros, así como la forma de regirse.

Las ganancias que la Unión recibe diariamente no son distribuidas entre sus miembros, quienes tienen por separado, su ganancia propia al vender los ejemplares a un precio alto en comparación con lo que a ellos les cuesta. Es decir, si un ejemplar cuesta \$5.00 a los voceadores se los venden en \$2.00 sin tomar en cuenta que el costo de las publicaciones de fin de semana incrementan el costo.

Su actividad, por tanto, es catalogada como comercial (busca el lucro), pero queda exenta de las restricciones que el mismo gobierno impone a otras actividades comerciales.

En el Código de Comercio, en el artículo 75, se menciona que "cuando una persona o sociedad compra mercancías para revenderlas y obtener una ganancia con la reventa, puesto que procede con la idea de lucro, es un comerciante".

Sin embargo, el reglamento de Comercio Semi-fijo y Ambulante en el Distrito Federal, publicado el 27 de marzo de 1931, aclara en el artículo 29 (adicionado un año después) que "el voceo de periódicos y su expendio en las esquinas no quedarán comprendidos en las restricciones para el comercio semi-fijo y que establece este reglamento".

Por lo anterior se puede observar, que el voceador como trabajador no está definido en forma clara y completa por las leyes mexicanas, forma parte de una agrupación, que por naturaleza, no busca el lucro, pero que recibe diariamente millones de pesos de ganancias por la reventa de una mercancía (el diario o la revista). Su actividades, por tanto, es catalogada como comercial (busca el lucro), pero queda exenta de las restricciones que el mismo gobierno impone a otras actividades comerciales.

Por otra parte, al no tener una jornada de trabajo de 8 horas, al no pagar impuestos o presentar libros de contabilidad, el voceador no cuenta con los derechos de un trabajador, no puede exigir beneficios ni presentar inconformidades.

Sin embargo, en 1990, con las modificaciones a la Miscelánea Fiscal, el voceador fue incluido por ley en el Régimen Tributario Simplificado. La contabilidad del voceador, sin embargo, es en la práctica responsabilidad del expendio. El proceso aún no ha terminado.

## **2.2 Mecanismos de distribución**

Para que alcance el tiempo y se puedan repartir los más de 100 revistas (semanales, quincenales y mensuales) y los aproximadamente 32 diarios que aparecen diariamente en el Distrito Federal, es indispensable la organización. Esta se da y se estructura en tres niveles: despachadores, expendedores y voceadores.

El destino de los ejemplares se cumplirá cuando lleguen a las manos de miles de lectores que buscarán información y entretenimiento. Esto depende en gran medida, de que un grupo lo reciba al momento de salir de la rotativa, entregue y exhiba en los puestos de periódicos: La Unión de Voceadores.

Todo periódico matutino, revista, cómic y cualquier otro producto editorial que se encuentre en los puestos, tiene que pasar por la Unión; es decir, tienen que haber establecido un contrato con uno de los seis despachos que abastecen a toda la ciudad y que manejan todas las publicaciones que se pretenda vender en los puestos de la calle.

Los despachadores, a su vez, entregan los títulos que manejan los cuarenta y tres expendios que finalmente surtirán a los aproximadamente 20 mil puntos de venta.

La distribución de los periódicos vespertinos, tiene algunas variaciones; una de las más importantes es el número de expendedores.

El proceso de distribución de los medios impresos en el Distrito Federal comienza con el editor, quien negocia la distribución de sus títulos o su publicación a través de algún despacho. (Ver cuadro No.5)

Los seis despachos existentes —que manejan entre 550 y mil publicaciones pertenecen a Everardo Flores Serrato, Antonio Velázquez, Manuel Gómez Corchado, Guillermo Benítez, Apolonio Padilla Reynosa y Rubén Darío.

Estos despachos entregan las publicaciones a los diferentes expendios con los que trabajan, que son finalmente los lugares de donde el voceador saca el producto que exhibirá en su puesto de la calle. Los despachos fijan con el editor las horas y días de entrega, así como la cantidad de ejemplares que se venderán en la vía pública.

Todo inicia con la salida del diario de la imprenta a las 3 de la mañana, aproximadamente, si se retrasa más tiempo la impresión complica el mecanismo.

Cada periódico se encarga de transportar su mercancía los 6 despachos de la Unión antes señalados, ubicados en el centro de Ciudad.

Ahí, después de contar los ejemplares recibidos, de entregar original y copia al encargado, la empresa ya no es responsable del curso que tenga la mercancía, su tarea ha terminado, todo dependerá ahora de la Unión de voceadores.

El despacho es el centro de reunión de toda publicación periódica y en cada uno de los seis que tiene la unión se recibe material diferente.

Los despachadores, como los expendedores, facturan, almacenan, se encargan de las devoluciones al editor, cobran y dan crédito al voceador.

La relación más directa con el voceador la tiene el expendedor, aunque el despacho se compromete con el editor a vigilar que su título se exhiba y comercialice bien, el editor generalmente, espera la devolución de lo que no se venda para cobrar.

En la venta de revistas y periódicos las ganancias se dividen de la siguiente forma: El editor se queda con el 60 por ciento, el expendedor con el 8, la Unión con el 1.5, a los despachadores les corresponde el 0.5 y el voceador obtiene el 30 por ciento del precio neto y de sus ganancias a veces aporta 1 por ciento más a la Unión.

Las empresas editoras envían sus publicaciones a los seis despachos que existen en el Distrito Federal. Ahí se encuentran los despachadores. Son miembros de la Unión y desde las cuatro de la mañana dan la bienvenida a la carga de las camionetas. Al mismo tiempo, están obligados a recibir a los representantes de expendio y a darles determinado número de ejemplares a cada uno.

Los expendedores, envían sus camionetas a los despachos para surtirse. Los transportes regresan a temprana hora a los expendedores para que los voceadores recojan la mercancía y puedan llevarla a su puesto.

Al despacho del señor Enrique Gómez Corchado no sólo recibe revistas, también llegan los diarios más importantes de la capital para ser distribuidos:

LA PRENSA
ESTO
OVACIONES
EL UNIVERSAL
EXCELSIOR
EL DIA
NOVEDADES
EL SOL DE MEXICO
EL HERALDO DE MEXICO
UNOMASUNO
EL FINANCIERO
LA AFICION
EL NACIONAL
CINE MUNDIAL
DIARIO DE MEXICO
EL ECONOMISTA
TRIBUNA
LA JORNADA
DIARIO OFICIAL
EL VALLE
LA TARDE

\*FUENTE: Unión de Voceadores de México, 1995.

El diario, encabezado por el jefe de circulación, se encarga de llevar sus ejemplares al despacho Gómez Corchado o, en su defecto camiones del expendio se dirigen a la imprenta para recoger las publicaciones.

Para ser distribuidos por la Unión, los diarios deben cubrir los siguientes requisitos: (Ver cuadro No.3)

- a) Registro de publicación del periódico en trámite o definida por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación, y el registro del uso exclusivo del título del diario, otorgado por la dirección General del Derechos de Autor.
- b) Las características de la publicación. Se lleva una muestra del ejemplar para ver su contenido, formato, número de páginas, etc.
- c) Precio del ejemplar: se dice en cuanto se venderá al público.

d) Se acuerda la cantidad que la casa editora deberá pagar a la Unión en forma mensual por el servicio prestado y por ser socio de la agrupación.

e) Se pide que durante los primeros ocho días sea gratis para los voceadores.

La publicidad que cada empresa editora da a su ejemplar al salir a la venta corre por su parte; pueden regalar ropa, gorras con su logotipo, carteles, etc. Sin embargo, la Unión de Expendedores admite que sea utilizado el dibujo clásico del niño voceador, para que la revista o el diario señale cuáles son sus objetivos.

La casa editora tiene el derecho a exigir que los periódicos sean exhibidos correctamente en cualquier puesto de voceadores; si se llega a presentar una anomalía, puede denunciarlo con el secretario general quien multará al voceador o expendedor que no cubra ese requisito.

El trámite para que la Unión distribuya el producto es rápido. El mismo día que se habla con el secretario general se cierra el trato.

En el caso de las revistas, la casa editora puede entablar relaciones con otra distribuidora para que su mercancía sea exhibida a los lectores en tiendas de autoservicio; pero en el caso de los diarios, el único distribuidor es la Unión de Expendedores y Voceadores, sin opción a que por otras vías, que no sea la suscripción, lleve a cabo la tarea. Sin embargo, a partir de 1988, la venta de diarios y revistas en locales cerrados -farmacias, gasolineras, restaurantes, etcétera-, mediante compañías distribuidoras, ha representado para los miembros de la Unión un "enemigo mortal", según dicen los despachadores.

Esta es la forma en que trabaja cotidianamente la Unión, desde hace 75 años, para agilizar el movimiento y que nadie se quede sin ediciones. Existen 43 expendios distribuidos para comodidad de los voceadores (estratégicamente todos están ubicados en el centro). Ellos acuden al que más se adecue a sus necesidades. Hay expendios que venden todo tipo de publicaciones; otros sólo venden matutinos y de mediodía; algunos más se dedican a la venta de vespertinos.

Los dueños de cada expendio se encargan de mandar dos o tres camiones a los despachos y/o periódicos para recoger las publicaciones entre 4:00 y 4:30 de la mañana.

En cuanto a la organización de la Unión, el secretario general es el de mayor autoridad. Adalberto Santoyo es el actual. La duración de ese cargo al frente de la agrupación es por un período de cuatro años.

El secretario general tiene a su cargo robustecer y mantener la unidad del gremio. También habla constantemente con las empresas periodísticas para que los pedidos sean constantes y no se rebajen a ningún expendio. Asimismo, cuida que las relaciones públicas funcionen de la mejor manera y muestra a la Unión como un "ejemplo de honestidad y responsabilidad en el desarrollo del país". Después de él se encuentran secretarios particulares.

Al secretario tesorero le corresponde llevar las cuentas de la Unión. El de educación revisa que todo lo referente a la escolaridad funcione bien. El de asistencia tiene a su cargo todo lo relacionado con la asistencia médica. El de actas lleva adelante los papeles referentes a registros, constancias, etcétera. El de trabajo está al tanto de que no se creen conflictos por cuestiones laborales entre los socios. Al secretario de honor y justicia le corresponde velar por el funcionamiento honesto de la Unión y de los papeleros.

Después de los secretarios están los despachadores y los expendedores, pero estos últimos tienen en su negocio representantes, ayudantes, delegados y comisionados. Los representantes de expendio son los que reciben la mercancía del despachador y dan ordenes a sus ayudantes para sacar la cantidad indicada en el pedido de cada expendio, tanto de revista como de periódico.

Los ayudantes de expendio reciben la mercancía que llega a este, para después surtir a los voceadores. Los delegados tienen como función principal buscar el acercamiento entre el papeleros y el expendedor. Además cuidan que no haya problemas entre ellos y tratan de orientar a sus compañeros sobre aspectos laborales.

Los comisionados son papeleros designados por el expendedor para supervisar las prestaciones que da la Unión y para que no se alteren las disposiciones de ésta.

La Unión tiene registrados 18 mil 923 voceadores en cerca de 12,500 puntos de venta que en la ciudad.: "A las tres de la mañana una enorme maquinaria humana de hombres inician una

jornada de trabajo más. Recorren calles, avenidas y rincones de la metrópoli; se paran en las esquinas y frente a los automóviles, vocean las primeras noticias del día".<sup>19</sup>

Esta maquinaria, compuesta no sólo de voceadores, la encabeza Adalberto Santoyo y su Comité Ejecutivo, integrado de la siguiente manera:

Comité Ejecutivo de la Unión de Voceadores						
Secretario General						
Secretario del Interior				Secretario del Exterior		
Sria. de Honor y Justicia	Sria. de Actas	Sria. de Org. y Propaganda	Sria. de Deportes	Sria. de Archivo y Estadística	Sria. del Trabajo	Sria. del Tesoro

De esta forma, podemos observar que estos diez hombres deciden el proceso de distribución de periódicos en el Distrito Federal.

### 2.3 Voceador Ambulante-Voceador Establecido

Existen diferentes tipos de voceador: el de la mañana y el de la tarde. Aunque ya no grita en las calles para vocear la noticia más importante del día; vocean el nombre del diario: "Ovaciones, Ovaciones, Extra, La Jornada, Esto"... Ya no existe el voceador clásico, descrito por Emilio García Riera en su libro *Historia Documental del Cine Mexicano* al relatar la película "El papelerito"... pobres niños gimiendo de frío en la calle, protegidos apenas por unos periódicos"; el voceador que vendía la noticia gritando el suceso más importante del día y que para eso se entrenaba"...<sup>20</sup>

Los voceadores ambulantes obtienen sus periódicos a través de un expendio. Es importante anotar que el expendio no obtiene de inmediato las publicaciones, pues en estos existe una lista con los nombres de los diferentes expendedores, la cual obliga a una rotación de puestos evitando que el mismo expendedor conserve siempre el primer lugar en perjuicio de los demás. En algunos casos, el voceador ambulante adquiere las publicaciones de los voceadores establecidos, quienes sacan grandes cantidades de ellas en los expendios. En otros, los mismos voceadores ambulantes pasan

<sup>19</sup> Hernández, Carballido Sonia Elina. *El Final de la cadena... la distribución de periódicos en México*. P. 21.

<sup>20</sup> *Op. Cit.*, pág. 80.



sus periódicos a un precio inferior del adquirido en los expendios a sus mismos compañeros, siempre y cuando la hora sea avanzada y se encuentren fatigados.

Una vez obtenido el periódico, el voceador ambulante se traslada al lugar en que realiza la venta. Este sitio se encuentra bien delimitado, de tal modo que no surjan conflictos de trabajo con los voceadores establecidos o con los mismos ambulantes.

El trabajo del voceador ambulante implica un movimiento continuo y una agilidad extraordinaria para subir y bajar de los camiones de pasajeros, así como para soportar los peligros que implica el tránsito intenso, lo cual no es fácil para personas de edad avanzada. El tiempo de ser voceador varía desde tres meses hasta 40 años. El número medio de años de desarrollar esta actividad es de siete años.

El número de publicaciones que vende el voceador ambulante no siempre es el mismo: varía según el interés que para el público encierran las noticias contenidas, disminuyendo la demanda en la época de lluvia. Distribuye los diarios y revistas que más se venden. Lleva *La Prensa*, *Ovaciones*, *Esto*, *Últimas Noticias*, *El Gráfico* y *La Extra*. y las revistas *Eres*, *Teleguía* y *TV Novelas*.

En cambio, el voceador establecido es representativo del gremio, ya que para ser propietario de un puesto se requiere generalmente haber sido con anterioridad voceador ambulante y pertenecer a la Unión de Voceadores, además de dedicar todo su tiempo a esta actividad en la que participan la mayor parte de los miembros de su familia. Su establecimiento puede ser de diversos tipos: redondo, quiosco, tijera, de ropero, caseta, con cortina, de cristal y acero, o puede estar en un lugar estable, pero a la intemperie.

Sus actividades inician a temprana hora de la mañana por la necesidad de recoger las publicaciones del expendio, el cual siempre es el mismo o puede cambiar de expendedor sin que se vean afectados sus intereses por no ser socio efectivo de la Unión. El expendio otorga la firma para que el voceador que ha sido su cliente en el transcurso de cinco años ingrese a la agrupación con categoría de socio efectivo y disfrute de las prestaciones a las que tienen derecho sus agremiados. Igualmente es indispensable dicha firma cuando el voceador tiene necesidad de préstamos de la Unión y, cuando solicita el ingreso de sus hijos en la Escuela de Voceadores.

Por tradición, los voceadores descansan en estas fechas: 1º. de enero, 1º. de mayo, 16 de septiembre, 20 de noviembre y 25 de diciembre, por lo que periodistas y editores de diarios aceptan "descansar el día anterior a esas fechas".

La Unión es un organismo gremial, que reúne trabajadores que carecen en forma individual de representatividad y beneficios. Protege el modo de vida de sus agremiados evitando la anarquía o los intereses individuales sobre los del grupo.

Todo miembro de la Unión puede gozar de prestaciones tales como hospital, guardería, uniformes, el desayuno tradicional del Día del Voceador 'cuya fecha se determina en función de la agenda del presidente de la República', seguro de vida, escuela y otras que proporcione cada expendio a sus voceadores afiliados.

La dificultad principal a la que se enfrenta Unión, es la constante lucha contra el bajo nivel socio-económico en el que viven sus miembros. La superación de dicho nivel se lleva a cabo con el perseverante esfuerzo individual de los agremiados por mejorar día con día las habilidades de su oficio.

La Unión trabaja en un proceso de descentralización. Pretende salir del centro de la ciudad hacia cada delegación con el propósito de acercar sus publicaciones a los voceadores y de disipar la concentración de trabajadores en un solo lugar. La dirigencia de la Unión debe enfrentar el aterrador reto de la modernización.

Según la Unión de Voceadores no es un monopolio ya que no es el único canal de distribución. En el Artículo 28 de la Constitución se refiere a la prohibición de monopolios, y en la Unión se han agrupado para proteger intereses que tienen en común, que no podrían atender individualmente.

Los medios impresos también se venden por suscripciones o en locales cerrados a través de organizaciones independientes de la Unión -Citem, Dimsa, Codiplyrsa, Grupo Editorial Televisa (antes Intermex) y Difesa- pero estas sólo pueden distribuir diarios y revistas en establecimientos, más no sobre la vía pública.

## 2.4 El Día del Voceador

El 23 de abril de 1953 marcó el inicio de una tradición para el gremio de los voceadores y el mandatario mexicano en turno, con la presencia de la prensa como testigo de la buena relación entre ellos. La iniciativa en aquel entonces fue de Adolfo Ruiz Cortines, el Día del Voceador. Desde ese entonces, el gobierno ofrece una comida o desayuno para algunos representantes del gremio.

En esa ocasión, el presidente Ruiz Cortines estuvo acompañado por miembros de su gabinete. El acto, celebrado en el Casino Militar, inició a las 15:10 horas. Al hacer entrega de reconocimientos a varios voceadores, Basilio Mares, un hombre de 69 años, afirmó: "Es para mí, motivo de satisfacción, después de 48 años de andar vendiendo periódicos por las calles, estrechar la mano del presidente. Agradezco, a nombre de mis compañeros el habernos invitado a su mesa".<sup>21</sup>

Manifestar la adhesión de los papeleros con el presidente significó un paso importante en la relación del gremio y el gobierno.

El agradecimiento de los voceadores con el jefe del ejecutivo representó para el gobierno una alianza pública con aquellos personajes que son el último eslabón para que lleguen a las manos de los lectores los diarios y revistas; personajes que son considerados responsables de que con la venta de las publicaciones se demuestra la libertad en la circulación de periódicos.

El agradecimiento y el apoyo al presidente, resaltar el trabajo de distribuir periódicos como un ejemplo de la libertad de expresión ejercida en México, e informar sobre la inquietud y sus acciones directas a favor de los voceadores, son los tres pilares fundamentales que guiarán los discursos en esta celebración anual.

Ocho son los presidentes que han pasado y celebrado con los voceadores su día, 10 los secretarios generales de la Unión que han manifestado el apoyo incondicional de sus miembros y de su organización con la política (ver cuadro No. 9).

---

<sup>21</sup> *Op. Cit.*, pág. 46.

## CRONOLOGÍA DE SECRETARIOS GENERALES DE LA UNION DE VOCEADORES DE MÉXICO

<b>PRESIDENTE</b>	<b>SECRETARIO DE LA UNIÓN</b>	<b>PERIODO</b>
ADOLFO RUIZ CORTINES	JOSE ALVAREZ GARDUNO	1952-1954
	EMILIO VELASCO	1954-1956
	FRANCISCO RENTERIA	1956-1958
ADOLFO LOPEZ MATEOS	GENARO ALVARADO	1958-1960
	ANTONIO VELAZQUEZ	1960-1962
	GERMAN FIGAREDO	1962-1964
GUSTAVO DIAZ ORDAZ	FRANCISCO L. RENTERIA	1964-1969
	MANUEL RAMOS V.	1969-1974
LUIS ECHEVERRÍA ALVAREZ	ENRIQUE GOMEZ CORCHADO C.	1974-
JOSE LOPEZ PORTILLO	ENRIQUE GOMEZ CORCHADO C.	1976
MIGUEL DE LA MADRID HURTADO	ENRIQUE GOMEZ CORCHADO C.	1982
CARLOS SALINAS DE GORTARI	ENRIQUE GOMEZ CORCHADO C.	1988-1993
CARLOS SALINAS DE GORTARI	MANUEL RAMOS	1994
ERNESTO ZEDILLO PONCE DE LEÓN	MANUEL RAMOS	1994-Oct 1998
	ADALBERTO SANTOYO	Octubre de 1998 a la fecha

De esta manera, desde el gobierno de Ruiz Cortines, hasta nuestros días, el presidente de la República, no importa el nombre, siempre recibe en esta comida anual loas y bendiciones por "uno de los miembros más humildes de su pueblo".

Es indispensable acotar que la década de los ochenta representó un giro importante en la Unión de Expendedores y Voceadores. Con Enrique Gómez Corchado al frente del gremio desde 1974 el tiempo se detuvo. Su arribo marcó un cambio antidemocrático en el organismo. En ese

entonces se le asignó la distribución de Excélsior, después de que la administración de este periódico corrió al despachador Everardo Flores, quien fue sorprendido en un fraude contra el diario.

Cuatro presidentes de la República han sido testigos y participantes centrales del acontecer en México de 1974 a 1993. La imagen de Corchado junto a Luis Echeverría, José López Portillo, Miguel de la Madrid y Carlos Salinas, es la misma, sonriente, complacido, a favor del partido que le permitió ser diputado por el distrito XXII.

En 1980, Gómez Corchado destacó que los voceadores estaban con México y con López Portillo, "haciendo vulnerable la libertad de expresión". Tres años más tarde, ante Miguel de la Madrid, reiteró su apoyo a la política de respeto absoluto a los medios de prensa y le pidió mantener el abasto suficiente de papel a la industria editorial.

*... para que no se reduzca el universo informativo y cultural de los mexicanos ni se achique el pan de los voceadores ni de los obreros ni de los periodistas (...)  
En la tarea de combatir la desinformación y el rumor tendencioso con la información de la verdad, ahí estaremos los voceadores con usted.*<sup>22</sup>

En 1984 afirmó que los voceadores dejaban constancia de que en el país se mantenía la libertad de expresión. Proclamó además que en el país la libertad de expresión, así como la libertad de circular los diarios y las revistas sin importar que en sus páginas se enjuicie o se critique.

Al hacerle entrega a De la Madrid de la medalla y el diploma "Libertad de expresión", en 1986, Gómez Corchado dijo:

*El presidente MMH en quien la libertad de expresión y de crítica se ha manifestado sin impedimentos, hasta más allá de lo que se acepta en otros países democráticos. El, que ha visto que el ejercicio de la libertad de expresión se ha caído algunas veces en la injuria de parte de los individuos (...): En su tarea, el voceador comprueba todos los días, a todas horas, que la libertad de expresión existe en nuestro país, el ejercer la libertad de circulación de la prensa escrita en todos los signos, sin la menor cortapisa.*<sup>23</sup>

En 1989, el presidente Carlos Salinas comentó durante el festejo: "... quienes se dedican a esta actividad en el país hacen posible que se verifique día con día la libertad de expresión, al

<sup>22</sup> Op. Cit., pág. 46.

<sup>23</sup> Op. Cit., pág. 61.

distribuir libremente y sin cortapisas diarios y revistas que muestran la pluralidad de pensamiento que existe en nuestra nación".<sup>24</sup>

Por otra parte, la década de los ochenta ha sido testigo de varios logros para el voceador, como trabajador, obsequios de el gobierno o de su Comité Ejecutivo. Se revalorizó el trabajo del voceador, pasando de ser "el chiquillo entusiasta, ágil y vivaracho que recorre las calles vendiendo periódicos apenas asoma el día, es simpático e interesante", descrito por Rafael Martínez en 1923, al dibujado por Salinas de Gortari:

*... es uno de los más importantes engranes en la industria editorial y periodística en México. Participa así en la difusión del conocimiento a que tienen derecho todos nuestros compatriotas (...) Lo importante es que para México cualquiera que sea la labor que cada mexicano tiene encomendada, se haga bien, con responsabilidad, y pensando siempre en la grandeza de México, como lo hace el gremio de los voceadores.*<sup>25</sup>

En igual festejo en 1991, el presidente Salinas dijo a los miembros de la Unión "Respetamos la libertad de expresión en los medios impresos y se cumple (en los voceadores) el último eslabón en la cadena de distribución con absoluta libertad de los medios impresos de nuestro país".

En 1992, el 7 de mayo, Salinas expresó ante el gremio de los voceadores: México será más justo y más grande por el trabajo de todos y el esfuerzo que ustedes, todos, aporten a la comunidad".

Y Gómez Corchado: "Se ha operado en México la transformación y evolución pacífica más significativa de la historia de la patria..."

Si bien su gestión terminaba oficialmente en 1994, ante la sorpresa de muchos, Gómez corchado se retiró un año antes de su liderazgo, cuando no había aparentemente un motivo político para su salida ni se ventilaba una crítica hacia la Unión.

Como cada año, el 23 de abril de 1993, el periódico Excélsior publicó a ocho columnas la nota correspondiente al festejo del Día del Voceador.

---

<sup>24</sup> *El Universal*, 4 de abril de 1989, pág. 3.

<sup>25</sup> *El Universal*, 9 de mayo de 1990, pág. 1.

Sin romper la tradición, en el XL aniversario de los vendedores de periódicos, el expresidente Carlos Salinas de Gortari habló sobre el respeto y el aliento a la libre expresión, "elementos que son convicción del gobierno".

Periódicos como *La Jornada*, *Unomásuno*, *El Financiero*, *El Universal* y *El Nacional* informaron que Gómez Corchado manifestó: "En la administración salinista los voceadores no han encontrado cortapisas en su diaria labor de hacer circular la prensa escrita en la ciudad de México".

Como se anotó anteriormente, el "zar" de la distribución de periódicos a través de un comunicado de prensa informaba sobre la renuncia de su líder "por motivos de salud". Mauricio Álvarez Arratia, secretario del Interior, asumió el puesto de líder por el lapso que quedaba para concluir el periodo, o sea hasta 1994.

Tras la renuncia del líder, despachadores y expendedores de la Unión confirmaron que la salida de Gómez Corchado se debió a la presión de los editores de *Excélsior* y de la Asociación Mexicana de Editores de Periódicos Diarios de la República Mexicana (Aerdimex) hicieron para que se le restara poder al líder.

Aunque la Unión no ha modificado sus estructuras internas y de distribución, los voceadores manifestaron su satisfacción por la llegada del expendedor Manuel Ramos a la secretaria general.

El intercambio de elogios llegó hasta el 20 de abril de 1994. Por primera vez en la residencia oficial de los Pinos, se efectuó el desayuno del Día del Voceador.

Con Ernesto Zedillo la pauta no parece distinta. Por el contrario, el candidato ganador en las elecciones presidenciales del 21 de agosto fue él mismo voceador en Mexicali. Y uno de sus primeros actos como candidato del PRI en la Ciudad de México fue acudir de madrugada a tomar café con miembros de Unión en la zona de reparto de periódicos. Orgulloso del gremio, pero más con su pasado como voceador en Baja California, Zedillo recordó ante un grupo de "papeleros" sus experiencias como vendedor de diarios.

## 2.5 Distribución electrónica

Además de la distribución que tiene la prensa en el país, y fundamentalmente en la Ciudad de México, para que los editores coloquen sus publicaciones periódicas en los quioscos o puestos de periódicos, han surgido otras novedosas tecnologías a través de la red de redes o Internet. Términos como estos últimos ya suenan familiares. Pero, ¿qué es Internet? La red de computadoras más grande del mundo; un conjunto de computadoras interconectadas entre sí a nivel mundial para la comunicación de datos. *Internet* está presente en más de ochenta países y se estiman más de cuarenta millones de usuarios para 1996, enlazados por más de 3 millones de computadoras. Los usuarios de esta red forman parte de todo tipo de instituciones, ya sea de investigación, docencia, comerciales o gubernamentales.<sup>26</sup>

El World Wide Web, registrado mundialmente con las siglas **WWW** es uno de los servicios de Internet. En español podemos definirla como la Telaraña de Cobertura Mundial y representa un conjunto de servicios hipertextuales (hipertexto), ofrecidos en todo el mundo a través de la red mundial de computadoras. No existe un centro que administre esta red de información, sino más bien está constituida por muchos servicios distintos que se conectan entre sí a través de referencias en los distintos documentos. Por ejemplo, un documento contenido en una computadora de Canadá puede tener referencias a otro documento en Japón o a un archivo en Inglaterra o a una imagen en Suecia.

Para acceder a la "Telaraña de Cobertura Mundial" basta con una computadora, una conexión a Internet y algún programa que sirva para conectarse a los distintos servidores de WWW como Netscape o Microsoft Explorer, entre otros. El World Wide Web provee un medio rápido de consulta y búsqueda de la información en servidores de datos internacionales y nacionales.

Internet es utilizada por instituciones comerciales, académicas, gubernamentales, agrupaciones de profesionistas de todo tipo, en particular investigadores y quienes desarrollan tecnología, empresas especializadas en el manejo de información y por el público en general, vía redes comerciales y servicio telefónico local. La emplean para establecer comunicación entre sus

<sup>26</sup> Saldivar, María Antonieta, *Las nuevas tecnologías de la información, un recurso para apoyar la labor informativa universitaria...* p. 75.



miembros; coordinar actividades complejas en lugares lejanos; adquirir y diseminar información y enlazar sus diversas redes.

El interés de este trabajo en mencionar a Internet radica en que se está convirtiendo en un novedoso mecanismo de diseminación de información en donde, actualmente, los periódicos tienen un papel protagónico.

Los especialistas han considerado que el impresionante crecimiento que ha registrado Internet de 1990 a la fecha, la ha convertido en el medio informático de moda y, auguran que, en el corto plazo, se convertirá en una herramienta de comunicación indispensable. Lo fundamental en la denominada *supercarretera de la información -Internet-* parece ser el augurio de que se está convirtiendo en un verdadero y gigantesco medio de información. Se ha registrado, una "revolución" en la información. Parte de esa "revolución" fue la interconexión de las computadoras. Las computadoras personales, presentan grandes ventajas, pero se convierten en una herramienta más poderosa cuando se encuentran interconectadas entre sí.<sup>27</sup>

Así, vemos que las modernas tecnologías de información permiten que la mayoría de los diarios mexicanos puedan ser consultados, de manera gratuita, mediante Internet. En ello se observa un inesperado mecanismo de "distribución" para los periódicos. Actualmente, algunas publicaciones periódicas mexicanas están disponibles para consulta en Internet: (Ver cuadro No.10). Ello se suma a los tradicionales mecanismos de distribución que se han mencionado en este capítulo.

De tal suerte que es posible afirmar: los recursos de información de los cuales hablaron los visionarios al principio de los ochenta no sólo son tópicos de investigación con los que algunos pensadores sobresalientes se divierten en el laboratorio, son realidades de la vida diaria a las cuales es posible conectarse desde el hogar: a servicios nacionales de noticias, obtener reportes de las acciones en la bolsa de valores, hacer búsquedas en bibliotecas, leer revistas especializadas o clásicos de la literatura, por sólo mencionar algunos. (...) Por supuesto que es necesario pagar por algo de la información, pero la mayor parte está disponible en forma gratuita.<sup>28</sup>

<sup>27</sup> *Ibidem*, p. 79.

<sup>28</sup> *Ibid.*, p. 80.

**MEDIOS DISPONIBLES EN INTERNET**  
(actualización: octubre de 1999)

<b>NOMBRE DEL MEDIO PERIÓDICOS</b>	<b>DIRECCIÓN DE CONSULTA EN INTERNET</b>
<i>Agencia Mexicana de Noticias (Notimex)</i>	<a href="http://www.cppure.com/dof/dof.html">http://www.cppure.com/dof/dof.html</a>
<i>Diario Oficial de la Federación</i>	<a href="http://www.dariooficial.gob.mx/">http://www.dariooficial.gob.mx/</a>
<i>El Economista</i>	<a href="http://www.economista.com.mx/">http://www.economista.com.mx/</a>
<i>El Financiero</i>	<a href="http://www.elfinanciero.com.mx">http://www.elfinanciero.com.mx</a>
<i>El Heraldo de México</i>	<a href="http://www.heraldo.com.mx/">http://www.heraldo.com.mx/</a>
<i>El Nacional (Dejó de publicarse el 30 de septiembre de 1998.)</i>	<a href="http://www.nacional.com.mx">http://www.nacional.com.mx</a>
<i>El País</i>	<a href="http://www.pais.com.mx/">http://www.pais.com.mx/</a>
<i>El Sol de México</i>	<a href="http://www.oem.com.mx/oeminfo.htm">http://www.oem.com.mx/oeminfo.htm</a>
<i>El Universal</i>	<a href="http://www.eluniversal.com.mx">http://www.eluniversal.com.mx</a>
<i>Excélsior</i>	<a href="http://www.excelsior.com.mx">http://www.excelsior.com.mx</a>
<i>La Crónica de Hoy</i>	<a href="http://www.cronica.com.mx/">http://www.cronica.com.mx/</a>
<i>La Jornada</i>	<a href="http://www.jornada.com.mx">http://www.jornada.com.mx</a>
<i>La Prensa</i>	<a href="http://www.oem.com.mx/oeminfo.htm">http://www.oem.com.mx/oeminfo.htm</a>
<i>Novedades</i>	<a href="http://www.novedades.com.mx">http://www.novedades.com.mx</a>
<i>Reforma (Consulta sólo para suscriptores del Diario)</i>	<a href="http://reforma.infosef.com">http://reforma.infosef.com</a>
<i>Unomásuno</i>	<a href="http://www.unomasuno.com.mx/">http://www.unomasuno.com.mx/</a>
<b>NOMBRE DEL MEDIO REVISTAS</b>	<b>DIRECCIÓN DE CONSULTA EN INTERNET</b>
<i>Comercio Exterior</i>	<a href="http://www.bxt.gob.mx/esp/revista.html">http://www.bxt.gob.mx/esp/revista.html</a>
<i>Cuartoscuro</i>	<a href="http://www.cuartoscuro.com.mx/">http://www.cuartoscuro.com.mx/</a>
<i>Época</i>	<a href="http://www.epoca.com.mx/">http://www.epoca.com.mx/</a>

<i>Escala</i>	<a href="http://www.iasanet.com.mx/html/escala.html">http://www.iasanet.com.mx/html/escala.html</a>
<i>Etcétera</i>	<a href="http://www.etcetera.com.mx/">http://www.etcetera.com.mx/</a>
<i>Impacto</i>	<a href="http://www.impacto.com.mx">http://www.impacto.com.mx</a>
<i>Letras Libres</i>	<a href="http://www.letraslibres.com.mx/">http://www.letraslibres.com.mx/</a>
<i>Líderes Mexicanos</i>	<a href="http://www.lideres.com.mx/">http://www.lideres.com.mx/</a>
<i>Metapolítica</i>	<a href="http://www.cepcom.ccm.mx/metapolitica/">http://www.cepcom.ccm.mx/metapolitica/</a>
<i>México Business</i>	<a href="http://www.nafta.net/mexbiz/index.html">http://www.nafta.net/mexbiz/index.html</a>
<i>Mundo Ejecutivo</i>	<a href="http://www.intermundo.com.mx/">http://www.intermundo.com.mx/</a>
<i>Nexos</i>	<a href="http://www.nexos.com.mx/">http://www.nexos.com.mx/</a>
<i>Proceso</i>	<a href="http://www.proceso.com.mx">http://www.proceso.com.mx</a>
<i>Revista Mexicana de Comunicación</i>	<a href="http://www.cem.itesm.mx/buendia">http://www.cem.itesm.mx/buendia</a>
<i>Revista Mexicana Macro Economía</i>	<a href="http://www.planet.com.mx/macroeconomia">http://www.planet.com.mx/macroeconomia</a>
<i>Siempre</i>	<a href="http://www.impacto.com.mx">http://www.impacto.com.mx</a>
<i>Tiempo Libre</i>	<a href="http://www.tiempolibre.com.mx">http://www.tiempolibre.com.mx</a>
<i>Viceversa</i>	<a href="http://www.planet.com.mx/viceversa">http://www.planet.com.mx/viceversa</a>
<b>NOMBRE DEL MEDIO PERIÓDICOS REGIONALES</b>	<b>DIRECCIÓN DE CONSULTA EN INTERNET</b>
<i>Noroeste Culiacán</i>	<a href="http://www.noroeste.com.mx">http://www.noroeste.com.mx</a>
<i>El Debate Sinaloa</i>	<a href="http://www.debate.com.mx/debate">http://www.debate.com.mx/debate</a>
<i>El Imparcial Sonora</i>	<a href="http://www.imparcial.com.mx">http://www.imparcial.com.mx</a>
<i>El Heraldo de Chihuahua</i>	<a href="http://www.online.com.mx/cgi-bin/heraldo_digital.cgi">http://www.online.com.mx/cgi-bin/heraldo_digital.cgi</a>
<i>Diario Digital Ciudad Juárez</i>	<a href="http://www.diario.com.mx">http://www.diario.com.mx</a>
<i>El Diario Chihuahua</i>	<a href="http://www.diario.com.mx/dch">http://www.diario.com.mx/dch</a>
<i>El Independiente Sonora</i>	<a href="http://www.independiente.com.mx">http://www.independiente.com.mx</a>
<i>Tribuna Sonora</i>	<a href="http://www.tribuna.com.mx">http://www.tribuna.com.mx</a>
<i>Novedades de Tabasco</i>	<a href="http://novedades.tabasco.net.mx/novedades/enrada.html">http://novedades.tabasco.net.mx/novedades/enrada.html</a>

<b>NOMBRE DEL MEDIO PERIÓDICOS REGIONALES</b>	<b>DIRECCIÓN DE CONSULTA EN INTERNET</b>
<i>El Sureste de Tabasco</i>	<a href="http://www.sureste.com.mx">http://www.sureste.com.mx</a>
<i>La Región Tabasco</i>	<a href="http://www.region.com.mx">http://www.region.com.mx</a>
<i>El Diario de Yucatán</i>	<a href="http://www.diarioyucatan.com.mx">http://www.diarioyucatan.com.mx</a>
<i>El Heraldo de León</i>	<a href="http://www.heraldo_adi.com.mx">http://www.heraldo_adi.com.mx</a>
<i>Correo de Hoy Guanajuato</i>	<a href="http://www.correodehoy.com.mx">http://www.correodehoy.com.mx</a>
<i>El Norte Nuevo León</i>	<a href="http://elnorte.infosel.com">http://elnorte.infosel.com</a>
<i>El Diario de Monterrey</i>	<a href="http://www.intercable.com.mx">http://www.intercable.com.mx</a>
<i>La Opinión Veracruz</i>	<a href="http://www.laopinion.com.mx">http://www.laopinion.com.mx</a>
<i>Novedades Quintana Roo</i>	<a href="http://www.novenet.com.mx/index2.html">http://www.novenet.com.mx/index2.html</a>
<i>El Diario de Ciudad Victoria</i>	<a href="http://www.geocities.com/brodway">http://www.geocities.com/brodway</a>
<i>Noticias Oaxaca</i>	<a href="http://www.noticias-oax.com.mx">http://www.noticias-oax.com.mx</a>
<i>Diario de Morelia</i>	<a href="http://morelia.infosel.com.mx/periódicos/demorelia/gdm22/htm">http://morelia.infosel.com.mx/periódicos/demorelia/gdm22/htm</a>
<i>El Sur de Campeche</i>	<a href="http://www.elsur.com.mx">http://www.elsur.com.mx</a>
<i>Vanguardia Coahuila</i>	<a href="http://www.vanguardia.com.mx">http://www.vanguardia.com.mx</a>
<i>Express Nayarit</i>	<a href="http://www.express.com.mx">http://www.express.com.mx</a>

### **3. DISTRIBUCIÓN DE LA PRENSA EN EL DISTRITO FEDERAL**

### 3.1 Periódico *Unomásuno*

Al periódico *Unomásuno* le ha tocado vivir dos momentos políticos: el primero coincide con sus años iniciales y el segundo ocurre al iniciarse el sexenio salinista. En sus primeros años fue políticamente importante en principio por defender el ala izquierdista y después por ser vocero gubernamental. La gestión de Luis Gutiérrez coincide con la entrada de Carlos Salinas a la presidencia de la República, lo que marcó un cambio en la política editorial del diario.

A mediados de noviembre de 1977 nació *Unomásuno*, el diario del grupo salido de *Excélsior* que tomó un camino distinto al de Julio Scherer, quien fuera director de este matutino.

Rafael Rodríguez Castañeda, en *Prensa Vendida*, señala "muchos compañeros se habían amputado del grupo, muchos más seguirían yéndose de cuando en cuando para incorporarse a otros trabajos, a otros periódicos, o para integrarse en el grupo de Manuel Becerra Acosta que al fin empezó a publicar, a mediados de noviembre de 1977 y sin considerar necesario explicar claramente a sus lectores de dónde provenía el financiamiento para fundar el diario".<sup>29</sup>

El primer número del periódico de Manuel Becerra Acosta apareció el lunes 14 de noviembre de 1977. De tamaño tabloide francés, publicaba una entrevista con Rodolfo González Guevara como nota principal en su primera página, junto a un texto de presentación titulado "Nuestro Compromiso".

*Somos consecuencia de una crisis nacional que también afectó al periodismo de modo grave. Es palmario que con lo acontecido el 8 de julio de 1976, cuando el sostén jurídico del viejo Excélsior fue arrancado e interrumpido su bien hacer profesional, se dio el primer síntoma. Cuando, al llegar a su término el pasado gobierno, nos constituimos en la cooperativa de periodistas que dio vida a la editorial que publica nuestro diario, respondimos a una confianza nacional, no sólo en nuestra vocación y aptitudes: confianza en un país que requiere información y acepta la crítica". Ahora, como diario reiteramos el propósito de asumir una actitud antimonológante. Intentamos participar en una sociedad integra en sus divergencias.*<sup>30</sup>

El directorio con el que nació este periódico fue el siguiente: Manuel Becerra Acosta, director general; Carlos Payán, subdirector General; José Solís, subdirector Técnico; Marco Aurelio Carballo,

---

<sup>29</sup> Rodríguez, Castañeda Rafael. *Prensa Vendida*, P. 184.

<sup>30</sup> *Unomásuno*, Editorial. 14 de noviembre de 1977.

coordinador Editorial, y Alejandro Soria Labadié, Gerente. Su diario editado por la Sociedad Cooperativa de Periódicos SCL, y la Editorial Uno, S.A. de C.V. decía en su editorial inicial: *Cuando al llegar a su término el pasado gobierno, nos constituimos en la cooperativa de periodistas que dio la vida a la editorial que publica nuestro diario, respondimos a una confianza racional, no sólo en nuestra vocación y aptitudes: confianza en un país que requiere información y acepta la crítica.*<sup>31</sup>

En los tres primeros años de vida, Manuel Becerra Acosta llevó a *Unomásuno* a convertirse en uno de los mejores diarios de México, aunque ello no signifique que esté exento de las características del periodismo mexicano: nacionalismo, excesivo, retórica abundante e ingenuidad política, comparado con otros diarios de esa época, intenta en serio y con honestidad revelar las complejidades del México contemporáneo.

La circulación del periódico en su primer número fue de un tiro de 31,741 ejemplares y 612 suscriptores, cifra que en sus primeros tres años de vida tuvo un avance considerable que ascendió a 75 mil 500 ejemplares diarios.<sup>32</sup>

Poca gente, incluyendo a Becerra Acosta, pensó que *Unomásuno* alcanzaría alguno de sus objetivos en tan poco tiempo; la mayoría de su personal fundador provenía de *Excélsior*, personal que fue despedido o renunció a este diario en julio de 1976, tras una pugna que se incubó en el Palacio de Gobierno para frenar los puntos de vista liberales que se publicaban en este diario.

Becerra Acosta era subdirector de *Excélsior*, y tanto él como el director Julio Scherer, respaldados por reporteros jóvenes convirtieron a ese órgano informativo en un foro de críticas. Bajo su liderazgo, *Excélsior* dejó de ser apenas un espejo del gobierno y comenzó a informar de los problemas sociales del país con mayor profundidad y a criticar abiertamente las políticas gubernamentales.

---

<sup>31</sup> Rodríguez Castañeda Rafael. *Prensa Vendida*. Pág. 185.

<sup>32</sup> Fuente: Editorial Uno.

Como eso fue demasiado para el gobierno de la época, encabezado por Luis Echeverría, y con la complacencia oficial se maquinó la remoción de los disidentes, Becerra Acosta, dejó Excélsior después de 27 años de labores.

No obstante, 16 meses después, ya estaba de regreso al frente de *Unomásuno*, medio que se convirtió en lo que Excélsior fue durante su auge liberal, pero aún más nació con un capital inicial de 8 millones 500 mil pesos, que Becerra reunió en instituciones financieras.

*Unomásuno* aún tiene deudas considerables, porque desde su fundación y hasta la fecha ha trabajado con números rojos, pero no al grado de que su viabilidad se vea amenazada. El título del diario hace referencia a uno (periodista) más uno (lector), lo cual, dice, no son dos personas sino una sola, puesto que tanto el periodista como el lector comparten en su corazón los mismos intereses de la verdad.

*Unomásuno es igual a uno: expresión y recepción, dar y recibir, entender y ser entendidos; asumir la crítica comprendida en la actitud de dirección doble, que significa hacerla y aceptarla, dirimir, controvertir, sostener, rectificar, mejorar. Es todo ello la suma: el periodista y el lector dan la unidad".<sup>33</sup>*

Posteriormente, el 2 de diciembre de 1983, en su editorial en primera plana, el diario dio a conocer las renuncias del subdirector, Carlos Payán Vélver; el subdirector editorial, Miguel Ángel Granados Chapa, la subdirectora de información, Carmen Lira; y el jefe de redacción, Humberto Mussachio. Además, el cese de Héctor Aguilar Camín como asesor de la dirección.

Según el editorial, los renunciantes argumentaron que "la situación financiera de la empresa se encuentra en un estado sumamente difícil". Y expresó el periódico "no cambia su clara ideología proveniente de los principios revolucionarios que recogió la Constitución sobre los bienes de la nación, la libertad y la democracia, el trabajo y los derechos sociales".

La primera, porque al diario le quedan tres vías: el ajuste de su economía, la quiebra o la búsqueda del subsidio. La crisis moral, porque en la dirección se abusó de la buena fe de los

---

<sup>33</sup> *Unomásuno*. Editorial, noviembre 1978, pp.



trabajadores y se burló el proyecto básico de la editorial. Política, porque de las dos anteriores se desprende una voluntad conservadora en la vida interna del periódico y una actitud antisindical.

Según los renunciantes, *Unomásuno* nació como cooperativa, con una participación mayoritaria del director, Manuel Becerra Acosta. Esto último, que era provisional, se volvió real y en el momento del conflicto poseía ya 60 por ciento de las acciones, en el último mes, tras la renuncia del gerente original Alberto Konik, se descubrió una administración desastrosa. "En estricta conciencia personal y política no podemos convalidar el desastre económico, la quiebra moral ni el viraje político que a nuestro juicio cancelan hoy el proyecto original de *Unomásuno*. Es por ello que nos hemos retirado luego de un largo e infructuoso proceso de negociación con el dueño y director general del periódico para inducirlo a que devuelva lo que en rigor y justicia le pertenece a la comunidad y reasuma los compromisos políticos básicos que dieron hasta ahora aliento y sentido a nuestro diario".

El 8 de diciembre, del mismo año, cuarenta y seis colaboradores del diario se sumaron a las renunciaciones. Entre ellos, Emilio García Riera, Luis Suárez, Carlos Monsiváis, Adolfo Guilly, Rolando Cordera, Pablo González Casanova, Iván Restrepo, Federico Reyes Heróles, Fernando Benítez, director del suplemento *Sábado* desde la fundación de éste, dejó el periódico el 21 de diciembre, "por incompatibilidad de criterio editorial con Becerra Acosta".

Trabajadores de *Unomásuno* demandaron a su empresa mejoras salariales, así como la oportunidad de resucitar a su sindicato, desaparecido el 30 de noviembre de 1988. En el seno del periódico se hablaba de que la situación financiera de la empresa era pésima: la Secretaría de Hacienda y la Productora e Importadora de Papel, S. A. (PIPSA) estaban cobrando a Editorial Uno adeudados por un total de 4 mil millones de pesos.

Posteriormente, Manuel Becerra Acosta se reunió con sus colaboradores y les anunció que debía salir del país, ya que lo estaban hostilizando "a causa del dinero". A los pocos días viajó a España, sin mayor explicación.

El 3 de marzo de 1989, en una nota escueta en primera plana, el periódico informó que Becerra Acosta había renunciado a la dirección y que hasta el entonces gerente Luis Gutiérrez, asumiría el cargo provisionalmente, a Carlos Vázquez García, lo nombraron gerente General.

En privado, Gutiérrez dijo a la redacción que Becerra Acosta había puesto en venta sus acciones y que las había comprado la Compañía Constructora ICA. Esta última empresa, en realidad no invirtió en Editorial Uno. Quien aparecía como nuevo accionista mayoritario era Angel Borja, hermano de Gilberto Borja, presidente de ICA.

Posteriormente, un grupo de reporteros entregó una carta a Luis Gutiérrez:

*Insistimos en defender un espacio de expresión abierto a la sociedad y que es también fuente de empleo de cientos de trabajadores. Reclamamos se nos informe quiénes son los nuevos propietarios de Editorial Uno. Exigimos la ratificación del compromiso de respeto a la organización laboral, asumido por el director general, Manuel Becerra Acosta, el pasado 2 de febrero. Demandamos que este cambio -los subsiguientes- así como la modernización industrial anunciada, no dé pie a despidos hostigamientos y otros actos de presión...<sup>34</sup>*

El nuevo director llamó a los firmantes y simplemente les dijo: "se acabó el club de amigos: Esto es ya una empresa". Hubo renunciadas en cadena.

Una parte del velo de misterio que rodeaba la situación del *Unomásuno* se descorrió en el mes de octubre de 1989. En una entrevista con Carlos Marín, de la revista *Proceso*, el ex director del periódico, Manuel Becerra Acosta, reveló desde España que fue directamente la Secretaría de Gobernación la que pagó un millón de dólares por sus acciones y su titular, Fernando Gutiérrez Barrios, quien lo obligó a irse en lo que era en los hechos un verdadero exilio: "Pagó directamente, en efectivo, dólar por dólar, la Secretaría de Gobernación. Los dólares me fueron entregados en la biblioteca de mi casa..."

Según Becerra Acosta, un enviado de Gobernación acudió a su casa en compañía de un representante del "comprador" efímero de *Unomásuno*, Angel Borja y su portafolio retacado de billetes. Relató lo que a su juicio ocurrió en el diario antes de la salida de los periodistas que luego fundaron *La Jornada*.

Explicó de donde provino el capital de arranque para la fundación de *Unomásuno*. Provino de mi liquidación en *Excelsior*, de aportaciones de amigos y de un crédito de Nacional Financiera por 21 millones de pesos, que pagamos en ocho o nueve años con todo y los intereses, en total 70

<sup>34</sup> *Op. Cit.*, pág. 189.

millones. Se estableció una sociedad con el empresario editorial José Solís. Los autores del proyecto, encabezados por mí, participamos en una sociedad con el 60 por ciento. El 40 por ciento era la parte de Solís. Más tarde, por acuerdo de asamblea, yo adquirí ese 40 por ciento y me convertí en socio mayoritario. La cooperativa era un proyecto. Después fue una empresa...

En suma, el gobierno de Carlos Salinas de Gortari recibió de su antecesor dos cuantiosas cantidades por cobrar a Editorial Uno, S.A. un adeudo fiscal y una deuda con PIPSA. En los primeros meses del sexenio de Miguel de la Madrid, la empresa contrajo una deuda de 60 millones de pesos, que a la vuelta de seis años se convirtieron en 5000 millones.

Aunque muchas dudas no han tenido respuesta para los trabajadores de *Unomásuno*, luego de la salida de Becerra Acosta, el trabajo continua para algunos.

El directorio actual del periódico se conforma de la siguiente manera:

Presidente y Director General, Manuel Alonso Muñoz; Director Rafael Cardona; Vicepresidente y Director Adjunto, Manuel Alonso Coratella; Subdirector General, Bernardo González Solano; Subdirector Editorial, Huberto Batis; entre otros.

Las secciones son 8: Política Nacional, Política Internacional, Economía, Justicia, Ciencia, Cultura, Espectáculos, Deportes.

La penetración de *Unomásuno* se ve apoyada por los suplementos *Páginauno*, de corte político que ofrece comentarios agudos e interesantes sobre el acontecer político nacional e internacional. *Sábado* de corte cultural, con información, entrevistas y críticas sobre literatura, teatro, cine, música, divulgación científica y *Otro más Otro*. Es pertinente acotar que suplementos que desaparecieron a raíz de la crisis de 1995 fueron *Unoguía*, *Universitas* y *Dos mil uno*.

La revista *Tiempo Libre*, con un tiraje de 95 mil ejemplares, ofrece una interesante alternativa ya que cubre a la vez el aspecto publicitario, el informativo y el de relaciones públicas en forma de artículos especializados en diversos temas. La revista es distribuida gratuitamente a sus suscriptores y se encuentra a la venta en quioscos, puestos de periódicos, librerías y otros puntos estratégicos lo cual garantiza una amplia difusión.

Los rasgos característicos de la edición nacional del diario *Unomásuno* es de formato tabla, con 32 páginas, tipo de tinta webb offset; distribuidor principal de papel Pipsa, tipo de maquinaria dos Goss Community.

Otras publicaciones que hace eventualmente el rotativo son: suplementos de aniversario, suplementos especiales a color y blanco y negro, libros y revistas especiales, publicaciones por encargo, encartes, folletos, etcétera.

La forma en que recibe el lector a *Unomásuno* es por suscripción, compra directa en puestos de periódicos, locales cerrados, abordaje de las principales líneas aéreas. La zona principal de distribución de este diario es el Distrito Federal y zonas aledañas con el 60 por ciento de la edición y el resto se distribuye en el interior de la República.

El lugar de conservación de las colecciones de este diario son el Centro de Documentación del mismo periódico, Hemeroteca de la UNAM, Biblioteca Lerdo de Tejada y la Biblioteca de México.

En sus 20 años de vida, el rotativo se ha caracterizado por manifestar el pensamiento del periódico. En cada número de aniversario se publica un editorial que constituye y manifiesta una renovación del compromiso con el lector. Asimismo se hace un análisis de la situación en el mismo.

Realiza en sus notas informativas, reportajes, editoriales, artículos de fondo; un periodismo de investigación oportuno, analítico, claro y conciso, en su gran diversidad de temas, tanto nacional como internacional.

El contenido y la información general se recaba a través de: reporteros, colaboradores, redactores, editorialistas, corresponsales, enviados, servicios exclusivos, agencias noticiosas, corresponsales internacionales, boletines, etcétera. (Ver organigrama)



*Unomásuno*, con una presencia pública modesta, pero periodísticamente sólida a pesar de la inestabilidad interna que ha significado un frecuente cambio de propietarios, sigue siendo un rotativo leído en segmentos pequeños de los ámbitos académico y político. Como se anotó anteriormente, el 2 de marzo de 1989, el diario fue vendido por el señor Manuel Becerra Acosta a un grupo de empleados de la misma empresa, encabezados por Luis Gutiérrez Rodríguez, que desde entonces fungiría como director general. Cuatro años y medio más tarde, el 28 de noviembre de 1993, el diario anunció la asociación al periódico con un grupo de empresarios, el principal de los cuales es el señor Jacobo Zaidenweber, que adquiriría el 69% de las acciones que conformaban el capital social de Editorial Uno, la empresa editora del diario.

Posteriormente, el 11 de febrero de 1994 accionistas de Editorial Uno eligieron al nuevo consejo de administración. En esa ocasión se ratificó la voluntad de la empresa para enfrentar los retos que la sociedad mexicana y la competencia están imponiendo a todos los medios de información así como la necesaria actualización tecnológica del diario. Sin embargo, un año más tarde, el 22 de febrero de 1995, se anunció, sin explicaciones, que el grupo de empresarios encabezados por Jacobo Zaidenweber resolvió separarse de la empresa. La separación no modificó los objetivos editoriales del diario, ni alteró su estructura accionaria.

Más adelante, el 5 de enero de 1998 se anunció un nuevo impulso a *Unomásuno*. La Asamblea de accionistas de Editorial Uno, S. A. de C. V. tomó conocimiento de la venta de acciones de la sociedad a la empresa Impulsora de Periodismo Mexicano, S. A. de C. V. y aprobó por 99.95% designar presidente del consejo al señor Manuel Alonso Muñoz. El actual presidente ha dedicado toda su vida al periodismo y trabajó casi 30 años en áreas de comunicación del gobierno de la república. Antes de llegar a *Unomásuno*, ocupó la dirección del periódico *La Prensa* y la presidencia de noticias de *Televisa*.

Esta decisión resultó de gran estímulo para los directivos y trabajadores de *Unomásuno*, pues la nueva empresa se ha comprometido a llevar a cabo un amplio programa de renovación del diario, ampliando los productos y secciones que se ofrecen al público, actualizando las facilidades técnicas

con la más reciente y alta tecnología e incrementando su circulación mediante diversas estrategias que se irán poniendo en práctica a la brevedad posible.

En el editorial titulado "Alianza para mejorar" señala que la alianza constituye un paso trascendente en el proceso de revitalización del diario. Esta asociación no surge únicamente como recurso de sobrevivencia de nuestro diario -Editorial Uno nació descapitalizada y las pocas oportunidades que tuvo de capitalización no fueron fructíferas- sino también es la suma de dos equipos de periodismo de la mayor relevancia en México.

El programa de renovación que deriva de esta alianza implicará una revisión a fondo de nuestro sistema productivo con el propósito de ampliar y mejorar sus servicios periodísticos y proveer a los lectores del contexto informativo más completo sobre los hechos de su interés.

A la mayor brevedad posible *Unomásuno* tendrá acceso a los recursos tecnológicos más avanzados para captar, procesar y difundir ágil y fielmente la información que reclaman las necesidades de comunicación que hoy tiene la sociedad mexicana.<sup>35</sup>

*El episodio de Unomásuno es paradigmático de dos tendencias, una vieja y la otra nueva, que hay en la prensa mexicana. La primera, es la costumbre del secreto respecto de lo que ocurre y sus causas en la situación empresarial de los medios de comunicación. Si el caso que mencionamos se puede documentar, aunque sea con algunas lagunas, es porque Unomásuno dio cuenta de él en sus páginas. Pero también es frecuente que muchos diarios y revistas cambien de dueños e incluso desaparezcan sin ofrecer explicaciones al respecto.<sup>36</sup>*

### 3.2 Departamento de Circulación del periódico *Unomásuno*

En primer término describiré la organización tal y como este diario ha venido trabajando desde que empezó a circular en noviembre de 1977.

La sala de redacción y la mesa trabajan con máquinas de escribir mecánicas. Una vez que las notas son corregidas se convierten en "hueso" para los talleres. Se inicia entonces el proceso de tipografía en caliente. Los operadores utilizan los linotipos para componer con metal fundido las

<sup>35</sup> *Unomásuno*, 6 enero 1998, pp.

<sup>36</sup> Trejo, Delarbre Raúl. *Volver a los medios*. P.217.

llamadas galeras. De estas, se toma una prueba en papel que el corrector leerá para eliminar los errores. Hecho, esto, el tipógrafo vuelve a componer toda la línea en donde hubo falla, y esta última se sustituye por la correcta. Así hasta terminar cada artículo. Las notas, ya en tipografía se van acomodando en las "cajas", según el diagrama que se hizo manualmente. Una vez listas las planas, se les lija para quitarles el exceso de metal y, se pasan al área donde se elaborarán las planchas que serán montadas en las rotativas. El procedimiento consiste en grabar sobre una plancha de hule la composición y de aquí a una lámina de metal.

Las rotativas de *Unomásuno* son dos Goss Community adquiridas en 1977, con seis cuerpos cada una y capacidad de impresión de 8 páginas por cuerpo y tira 18 mil 500 ejemplares por hora. El tiraje del periódico se realiza de las 12 de la noche a las tres de la mañana. Además del tiro del periódico las rotativas sirven para imprimir suplementos del periódico y publicaciones por encargo o publicitarias como libros revistas, encartes, folletos, etc.

Las empresas periodísticas deben contar con un departamento de circulación cuya misión es la venta de publicaciones y con ella fomentar su capacidad publicitaria.

Un periodista inglés decía, a propósito de la circulación de diarios y revistas: *la circulación es para los periódicos lo que es para nosotros el aire que respiramos y la sangre que fluye por nuestro cuerpo.*<sup>37</sup>

Y aunque las ventas callejeras no representan un ingreso fijo para la Editorial, ya que estas se ven afectadas por diversos elementos, como puede ser el estado del tiempo o el efecto que una noticia produzca entre los lectores, estas circunstancias son tomadas en cuenta en el departamento de circulación y tratar de ampliar sus ventas por medio del departamento de promoción quien por medio de publicidad al periódico diseña e idea campañas y concursos para estimular a sus lectores.

Una de las principales funciones del departamento de circulación del diario *Unomásuno*, consiste en ver que se cumplan los horarios de los trenes, aviones o autobuses; que los repartidores no descuiden a sus suscriptores y sobre todo que sus publicaciones lleguen a sus expendedores tanto

---

<sup>37</sup> Márquez, Sánchez Matilde. *El puesto de periódicos, monografía de un caso*. P. 21.



en el Distrito Federal como fuera de este con el número apropiado de ejemplares para que estos sean redistribuidos entre los vendedores ambulantes o establecidos. En resumen, las funciones de este departamento son las de vigilar que las publicaciones lleguen a las manos del consumidor, sin retrasos, sin obstáculos.

Sin embargo, una de las principales fallas han sido la mala distribución de este periódico, *añadido a la inestabilidad interna que ha significado un frecuente cambio de propietarios.* "Desde hace dos años se ha peleado que el diario se exhiba en los puestos de periódicos de la calle", informa el coordinador de circulación del diario, Mario Chaparro

Otra, son las quejas de los suscriptores quienes no reciben su ejemplar a buena hora. Y si a ello se suman los errores de repartidores, supervisión del jefe de distribución y expendedores, esto provoca que el periódico pierda mercado y presencia en el público.

Una de las principales soluciones que se le ha dado a esta problemática es que la redacción general entregué a tiempo el material para que a más tardar a la una de la mañana sea el cierre de edición y empiece el tiraje.

El tiraje promedio es de 45 mil ejemplares diarios, de los cuales un 60 por ciento es distribuido en el Distrito Federal y zonas aledañas. El resto en el interior del país a donde llega diariamente por vía aérea o terrestre.

También hay que recordar que el tiraje no significa, mecánicamente, la audiencia o a la lectura de un diario. Todos los días los voceadores y los expendedores de periódicos en locales cerrados regresan una muy considerable cantidad de ejemplares que no se vendieron. Actualmente, según los datos proporcionados en expendios, la devolución de los diarios en el Distrito Federal es cercana al 50 por ciento. Es decir, de un periódico que edita 45 mil ejemplares diarios como es el caso de *Unomásuno*, solamente se venden 23 mil. El resto, equivale a casi la mitad de la edición del diario, se recoge, se empaca y se vende como periódico viejo para ser reciclado en las plantas de papel.

La crisis se vive en muchos diarios; han bajado su circulación de 20 a 25 por ciento. Las empresas editoras han sido afectadas por graves problemas de liquidez, por la lentitud en el repunte de la economía, y en caso de nuestras publicaciones por una fuerte competencia en el mercado de

editores, que incurren en prácticas desleales depredatorias, que merman ingresos y afectan la situación financiera; esto a pesar de las medidas tomadas durante los últimos años.

El periódico es un producto comercial, y pederero, la exhibición en puestos de callejeros, no hay equidad, según nos explica el coordinador de circulación del diario, Mario Chaparro. *Unomásuno* se preocupa por la primera plana, el periódico marca la cantidad de diarios que le entrega a la Unión de Voceadores, pero muchas veces se presenta carencia del producto y eso genera discrepancia hacia otros canales de distribución. La Unión permanece "dormida" trabaja con ideas antiguas y es un monopolio.

El *Unomásuno* observa que la Unión de Voceadores establece estatutos hacia las casas editoras, pero estas deberían de conocerlos y tener observadores dentro de la misma Unión.

El periódico *Unomásuno* se distribuye, según informa el jefe de circulación del mismo, a través de suscripciones, locales cerrados, unión de Voceadores, rutas aéreas y rutas terrestres. Los propósitos, añade, son hacer eficiente la circulación, distribuir más donde se necesite y quitar ejemplares donde no se vendan. "No es fácil porque la Unión determina qué se vende en que puesto y a veces tienen actitudes prepotentes".

La parte más difícil de la industria periodística, enfatiza, el punto más delicado, es la distribución. "Ahí te enfrentas a sindicatos cerrados, por no decir monopolios, como es el caso de la Unión de Voceadores. Los problemas de la distribución de diarios a través de la Unión se deben a que los miembros de la misma "son mafiosos, corruptos, desordenados e ineficientes".

En el periódico nos hemos propuesto diseñar estrategias de circulación que permitan a *Unomásuno* llegar oportunamente a todos sus lectores en el país y atraer la atención de otros que requieren un periodismo inteligente. Uno de los retos urgentes consiste en recuperar, con base en la credibilidad y prestigio que se ha ganado el diario al cabo de 20 años, su posición entre los tres primeros lugares en la preferencia del público mexicano. Este objetivo tratará de lograrse en los próximos dos años.

Expendedores y voceadores deben asimilar que no sólo se benefician económicamente con la venta de publicaciones, sino que forman parte de ellas. Es un deber de la Unión garantizar que los productos lleguen a toda la población que se los pide, sin favoritismos para ninguna publicación en especial, sino con las variaciones naturales del tiraje y la periodicidad de cada impreso, de no ser así varias publicaciones desaparecerían, puntualiza.

El jefe de circulación del diario *Unomásuno*, Mario Chaparro concluye, sin dejar de reconocer que el trabajo de los despachadores, expendedores y voceadores es el pilar fundamental para el éxito periodístico y económico de las empresas editoriales nacionales y extranjeras.

Un recorrido por los puestos situados en grandes avenidas de la ciudad como Insurgentes, Revolución, Paseo de la Reforma se observó que casi todos los periódicos y revistas del Distrito Federal son distribuidos por medio de la Unión de Voceadores a través de los despachos y expendios los que a su vez distribuyen a vendedores ambulantes. Otra característica frecuente es encontrar entre los voceadores dueños de por lo menos dos puestos.

El cliente es quien determina la oferta o la demanda de un periódico, no influye la Unión para que cierto periódico o revista se venda, el lector sabe que producto satisface sus necesidades. Muchas veces el voceador no ha colgado sus productos y el cliente pide: quiero un *Esto*, *Jomada*, *Unomásuno*... en ocasiones la primera plana llama la atención, pero los lectores están definidos por el producto que quieren.

Cabe señalar que como parte de la reestructuración del diario, el último año y medio, se invirtieron 3 millones de dólares para adquirir los más modernos equipos digitales para la redacción y los procesos de prensa y pre-prensa; renovaron las rotativas de impresión, se adquirieron máquinas para el departamento de fotografía y se mejoró la calidad de impresión.

Actualmente, el diario está creando secciones adicionales como Acento X dirigido al público juvenil, los suplementos de finanzas e industria automotriz, aunado al fortalecimiento de la sección cultural..

El diario cuenta también con un sistema de reparto nacional, y llega a 200 poblaciones del país y se estima que abrirán plantas de impresión en Tijuana, Mérida y Ciudad Juárez. En cuanto al número de suscriptores, pasó de 5,000 hace año y medio a 12,000 en la actualidad.

Con esta nueva imagen, *Unomásuno* ganó una nueva penetración en el mercado, el color fue muy bien aceptado por la gente y por los anunciantes. Los directivos del diario estiman llegar a una meta de circulación de 100 mil ejemplares diarios en los próximos dos años.

### 3.3 El puesto de periódicos

¿Que sucedería si en las esquinas de las principales calles y avenidas no estuvieran los voceadores en sus puestos de periódicos? Quizá la ciudad padecería una crisis por no conocer amplia y profundamente los sucesos nacionales e internacionales y se verían extrañas las calles sin la presencia de los vendedores de periódicos.

Para enriquecer esta parte de la información se entrevistó a un vendedor de periódicos. José Gutiérrez platica: la vida del voceador no es fácil, pero a todo se acostumbra uno. Vender periódico no es fácil. Uno se tiene que levantar todos los días temprano "lueva, truene o relampaguee" por el periódico a las cuatro de la mañana. Si hace frío ni modo. Si hace calor ahí estamos. Sólo hay cinco días al año que no se edita el periódico. El 1o. de enero, el 1o. de mayo, el 16 de septiembre, el 20 de noviembre y el 25 de diciembre. Del periódico vivimos muchos, desde el periodista hasta el ruletero que a veces nos transporta.

José relata que diariamente se surte de publicaciones en "El Zócalo", uno de los expendios más grandes que tiene la Unión. El edificio está rodeado de pequeños locales donde se reparten los diarios más importantes. El voceador llega con su vale, el cual le fue entregado en la oficina central del expendio, ubicada en el primer piso, donde se marcó cuántos ejemplares necesita de cada publicación.

El vale del papelerero señala la cantidad de mercancía requerida, el precio y el importe final del día. De igual forma, se manifiesta el total de las devoluciones realizadas con anterioridad. En la parte

inferior del documento, se indica el saldo anterior del voceador y su saldo en la cuenta del día pasado, el total del pedido, los cargos y su saldo final

Con la descripción anterior, inicia la tarea del trabajador. Al recibir su vale, se dirige a la parte baja del edificio donde se le entrega, en cada local, su pedido de los diarios capitalinos.

Una vez recibidos los ejemplares, el mismo voceador ordena las partes del periódico, las cuales son entregadas por separado (deportes, finanzas, aviso oportuno, etc. de diarios como *Excélsior*, *Novedades*, *Universal*), así como los suplementos de cultura o los dominicales.

El mismo voceador da varias vueltas de su coche al expendio, cargar los diarios, contarlos y meterlos a la cajuela del mismo automóvil. Al terminar esta actividad, José se dirige a su local de trabajo ubicado en Avenida Revolución y Extremadura. Lo abre, coloca su mercancía e inicia su venta. Su local es de tijera y algunos ejemplares los cuelga con pinzas. Inicia su venta a las 8 de la mañana

"Cuando hay buenas noticias el periódico se acaba. Una de las noticias que más se vendió fue cuando murió Colosio. Me acuerdo que llevaba el periódico de mediodía, apenas iba a mi lugar de venta y la gente no me dejaba ni dar un paso, casi me lo arrebataban. Había gente que ni siquiera sabía leer, pero por ver las fotos, pedía el diario".

Nosotros trabajamos de corrido, todos los días hasta los domingos. Creo que ese día es el más pesado porque todos los periódicos traen muchas secciones y nuestra obligación es vender el periódico completo para no quedarle mal al cliente.

En este negocio se trabaja muy duro. Hoy en día es más pesado que antes. En las mañanas hay que estar al tanto de todo. Antes era más sencillo porque había pocas revistas, pero actualmente salen más de cien.

Como no vendo publicaciones vespertinas, mi rutina termina a las cinco de la tarde, aproximadamente. De los otros dos puestos que tengo, uno lo atiende mi padre y el otro mi hermano, y también cierran a las cinco de la tarde.

"Esto de vender periódico es una herencia, pasa de padres a hijos. Mi madre ya vendía periódicos cuando yo era niño, tenía su puesto donde era el Colegio Madrid. El día que yo ya no

pueda trabajar, se lo dejaré a alguno de mis hijos, al que quiera, y si no, me jubilo y pido mi mensualidad, o si no, uno puede vender o rentar el puesto y ya con eso la voy pasando. Esto es un negocio familiar. Tenemos tres puestos”.

Los periódicos más vendidos son los deportivos, y *La Prensa*, explica el vendedor, tienen un público muy popular, así como uno o dos de los otros que abordan información de nota roja y espectáculos. Esto se debe a la manera simple de involucrar al espectador o simpatizante de algún deporte de todos los detalles; en esa suerte de la subcultura del deporte, del espectáculo o de la nota roja que envuelve al lector. A muchas lectores sólo les interesa conocer los goles, los crímenes, o la boda de su artista favorito.

Como le digo, vender periódico no es fácil. Ahora con lo de *Reforma* nosotros no perdimos nada. Son alrededor de 32 periódicos los que exhibimos diariamente en los puestos. *Reforma* quería darnos a ganar 40 centavos por ejemplar. Lo que más ganancia nos deja son las revistas. Algunos otros voceadores, como José, comentan que haber dejado de vender *Reforma* no significó para ellos grandes pérdidas.

En el puesto del cruce de Avenida Revolución con Molinos -por ejemplo-, el dueño informa que solía vender al día unos 60 ejemplares; por cada ejemplar le correspondía el 29% de los dos nuevos pesos que costaba el matutino, cuatro días después de haber suspendido su distribución, había dejado de percibir 144 nuevo pesos.

Sin embargo, mucha gente que pregunta por *Reforma* suele llevarse otro diario cuando se entera de que ya no se vende en los puestos.

En un muestreo realizado al azar, en la calle, se obtuvo el siguiente resultado: En general, los mexicanos no tienen la costumbre de leer periódicos, ni el interés de invertir en ello. El señor Pedro Peña -acomodador de autos en un estacionamiento- nos dice: "leo el periódico de vez en cuando. Normalmente veo *La Prensa* para enterarme de chismes sobre crímenes y robos, pus pa que leo lo demás, si todos los periódicos dicen lo mismo todos los días; que si hay devaluación, subieron el pan, la leche, la gasolina, la carne, los básicos, puras cosas tristes. Mejor me entero si ya agarraron las bandas de ladrones o asesinos”.

Un grupo de aproximadamente cincuenta estudiantes universitarios y maestros interrogados sobre si leen algún periódico, solamente diez contestaron afirmativamente, dijeron que leen *La Jornada* por su "tendencia izquierdista".

Por su parte, el profesor Alfredo Fuentes, afirma que desde hace muchos años lee *Excelsior*, ya que es un diario que satisface sus inquietudes sobre sucesos socio-políticos. En su casa viven seis personas, de las cuales tres más leen el mismo periódico. En algunas ocasiones compra el periódico *Unomásuno* o *La Jornada*.

### **3.4 Caso Reforma, cronología mínima**

El nacimiento del diario *Reforma* en noviembre de 1993, bajo la dirección de Alejandro Junco, ha destacado con gran rapidez, gracias a la incorporación de una planta de colaboradores y periodistas profesionales y sobre todo a raíz de una cuantiosa inyección financiera de sus editores, que son los mismos que desde 1938 publican *El Norte de Monterrey*.

A este medio de comunicación le tocó vivir en su primer aniversario –noviembre de 1994– una etapa de presiones por parte de la Unión de Voceadores por no estar de acuerdo en que el periódico se publicara los días considerados feriados para el gremio, incluyendo el 20 de noviembre, fecha de aniversario del citado matutino y su oposición a que el diario realizará promociones para atraer suscriptores o que se expendiera en locales cerrados.

En un editorial del periódico se dijo que el diario respeta el derecho de la Unión a trabajar en la venta de periódicos y revistas, por lo que no intentará "condicionar o regular las publicaciones que manejan" pero recalcan la exigencia de respeto a su trabajo periodístico y el derecho a decidir la forma y los tiempos de trabajo de la empresa. Considera que la oposición de la Unión "como representante monopólico de todos los expendios que operan en la vía pública es una traba artificial que dificulta la operación de las publicaciones y las hace víctimas de las reglas y condiciones frecuentemente, inaceptables, siempre impuestas por la fuerza" y se pronuncia a favor de la libertad de competencia.

Después de los altercados con la Unión, el periódico diseñó un mecanismo de distribución para la venta del matutino invitando a los ciudadanos a crear microempresas, que en opinión del líder de los voceadores Manuel Ramos lo que pretendía Reforma era crear un sistema alternativo de distribución, tal y como se hizo con El Norte de Monterrey.

Miguel Ángel Granados Chapa en la columna "Plaza Pública" indicó que entre la Unión de Expendedores y Voceadores de los Periódicos de México, A. C. y los editores de Reforma se estableció desde hace un año un diferendo sobre las modalidades de la circulación del diario, que ahora ha hecho crisis, seguramente por el crecimiento de la presencia de ese diario, mal vista por sus competidores más mezquinos e indefensos ante la verdadera contienda periodística u empresarial y que por políticas que no se avienen todavía la información y el análisis como los contenidos de *Reforma*.

Precisa que la relación entre los diarios y revistas en la ciudad de México con los distribuidores, no es de carácter laboral sino mercantil. Es decir, la Unión no es un sindicato cuyos derechos sean atropellados por un patrón prepotente. Sus miembros son comerciantes que reciben los ejemplares a consignación y obtienen una comisión por cada ejemplar que expenden. Los integrantes de esa agrupación, despachadores, expendedores y puesteros (que durante largo tiempo fue el único canal de distribución) integran una red de intermediación entre los editores y el público.

Por otro lado, indica que en junio del año pasado, la Asociación de Editores de Periódicos Diarios de la República Mexicana, denunció a la Unión de Voceadores como un monopolio que carece de capacidad para cubrir las exigencias de la ciudad de México. Esa declaración muestra que el conflicto con *Reforma* no surge de una actitud unilateral de este periódico, sino que su raíz ha sido señalada con autoridad.

En este apartado se presenta un resumen de los seis primeros días en los que dejó de venderse *Reforma* en quioscos y puestos de periódicos afiliados a la Unión de Voceadores.

- ◆ El 1 de noviembre el diario difunde un comunicado que ha sido objeto de presiones de la Unión de Voceadores para cesar su circulación en días feriados.



- ◆ El líder el ramo Manuel Ramos confirmó estar ejerciendo presiones al no estar de acuerdo en que *Reforma* circule con los suscriptores los días considerados de fiesta por la Unión, incluyendo el 20 de noviembre, fecha de aniversario del diario.
- ◆ La dirigencia de la Unión advirtió también su oposición a que *Reforma* realice promociones para atraer suscriptores o que se expendan en locales cerrados.
- ◆ La Unión de voceadores tiene el monopolio del uso del suelo público para el expendio de periódicos y revistas en el Distrito Federal.
- ◆ El 2 de noviembre *Reforma* anuncia que sus reporteros, editores, directivos y editorialistas saldrían a partir del jueves 3 de noviembre a vender el diario a algunos de los principales cruceros de la capital, en respuesta al boicot de la Unión de Voceadores.
- ◆ El día 3 directivos de *Reforma* se reunieron con una comisión plural de la Cámara de Diputados para hablar sobre el problema entre el diario y la Unión. La Cámara aceptó mediar en el conflicto. Representantes de las cuatro fracciones parlamentarias firmaron un punto de acuerdo en el que señalan que no hay argumento legal que impida la libre circulación del diario.
- ◆ Alejandro Junco, presidente y director general de *Reforma* explica en un editorial de primera plana del diario su postura hacia la Unión de Voceadores. Pide respeto al derecho al trabajo y a la libertad de decidir. Reconoce el derecho de la unión a trabajar en la venta de periódicos y revistas, pero pide respeto a la libre competencia.
- ◆ La Unión de Voceadores y Expendedores de Periódicos de México comenzó a colocar un cartel en los quioscos y en las calles de Bucareli, Artículo 123 e Iturbide, en el que señala que *Reforma* "sin previo aviso a esta agrupación y sin respeto alguno para los lectores dejó de entregarnos dicho periódico para su venta" desde el 1o. de noviembre.
- ◆ Manuel Ramos, dirigente de la Unión, expone su postura en conferencia de prensa y niega un boicot hacia el diario y asegura que no lo han distribuido porque *Reforma* dejó de surtirlos.
- ◆ Por su parte, la Secretaría de Hacienda indicó que no hay algún tratamiento especial para los voceadores, sino que están dentro del régimen simplificado. En tanto, la Secretaría de Gobernación negó cualquier trato preferencial con los voceadores y aseguró que se trata de un

problema entre la empresa y el gremio, sin ningún matiz político. La dependencia indicó que el problema de fondo es el que el periódico quiere distribuir su publicación los 365 días del año sin respetar los descansos obligatorios de los vendedores de diarios.

- ◆ El 4 de noviembre Reforma publica dos planas en las que da a conocer diferentes sitios en donde expende el periódico. El 5 de noviembre Alejandro Junco publica una carta en primera plana dirigida a los voceadores en la que plantea los puntos de vista del diario.
- ◆ Se registran enfrentamientos verbales entre miembros de *Reforma* y los líderes de la unión en las casetas de peaje de las carreteras a Cuernavaca y Querétaro. En la primera, un grupo de soldados rodeó a los periodistas cuando intentaban vender la publicación en esa zona, pero posteriormente se retiraron.
- ◆ Durante una Asamblea General Extraordinaria realizada a puerta cerrada, la Unión de Voceadores acordó no distribuir *Reforma* hasta que el diario no se disculpe con la Unión. Anunció también que se mantendrán en asamblea permanente para analizar el asunto y ratificar o retirar su decisión.

### **Postura de la Unión de Voceadores**

Manuel Ramos, secretario general de la unión de Voceadores, declaró que no han suspendido la repartición del diario, "pues a partir del primero de noviembre" *Reforma* decidió interrumpir la entrega". Aseguró que la Unión no es un monopolio, ya que existen en México seis distribuidoras de publicaciones, y que ellos sólo defienden los intereses de sus agremiados y no atentan contra la libertad de expresión ni de circulación. El periódico *Reforma* -según Ramos- "pretende que se pasen por alto las disposiciones legales sobre días de descanso obligatorios marcados en la Ley Federal del Trabajo". Desmintió que se hayan reunido con el secretario de Gobernación.

Opinó que al salir los funcionarios y colaboradores del diario a venderlo, pretenden humillar a los voceadores y evidentemente tienen un claro matiz publicitario.

Sobre la posibilidad de que la Unión de Voceadores aceptara la competencia en la calle de otros organismos expendedores, Ramos Rivadeneyra dijo que "no sería leal" para los 20 mil 182 familias ni para los 600 jubilados que dependen de los voceadores organizados.

En el conflicto se ha involucrado con toda mala fe a la Unión de Voceadores y Expendedores de México, se ha satanizado al gremio y se le ha hecho aparecer como "el malo" y perverso" que quiere monopolizar todo.

Para la Unión no vender ese diario, significa una pérdida para los voceadores, pero también dio a conocer que no tiene el volumen de venta que sus directivos esperaban.

Manuel Ramos declaró que aceptar vender el diario en días festivos sería dar un trato diferente al que se tiene con otros medios, y se "rompería con reglas respetadas durante muchos años por todos los medios de comunicación".

Finalmente, la Unión de Voceadores determinó en asamblea no manejar la distribución del periódico Reforma, ni aceptar un nuevo canal de distribución promovido por la empresa editorial. No podemos aceptar un nuevo canal de distribución promovido por Reforma.

El periódico se venderá hasta sostener una reunión con los directivos del periódico, y recibir una disculpa pública por la serie de calumnias y mentiras que han expresado y afectan la imagen del gremio. Los directivos de Reforma se quieren adueñar de toda la distribución en la ciudad de México, tal y como lo hicieron en Monterrey.

El gremio está programando una descentralización total, con el apoyo de "varios periódicos importantes", que incluso recurrirá a computadoras, aunque esto seguramente atrase el proyecto, por el conflicto con Reforma.

En entrevista con la revista *Proceso*, Alejandro Junco opinó que la estructura monopólica de la Unión está ocasionando perjuicios muy graves a la industria editorial: "mala rentabilidad, alta ineficiencia, términos deficientes de negociación, entre otros. Y creemos que esta estructura no puede continuar".

Al plantearle que finalmente para algunos periódicos la Unión garantiza distribución "buena, mala o regular", Junco respondió que "lo que garantiza es mediocridad" y expuso que Reforma será la prueba de que las cosas se pueden hacer mejor. Apuntó que en un ambiente competitivo, se va a premiar al eficiente y al trabajador.

En relación a que el conflicto tuviera relación con reacciones de periódicos tradicionales que se hayan sentido desplazados por *Reforma*, Junco contestó "pudiera haber celo profesional", pero en realidad "habríamos subestimado el agravio que existe en la industria con respecto a esta estructura monopólica y al liderazgo deficiente que ha tenido".

Sobre la posibilidad de que la destrucción del monopolio implicaría la muerte de algunos diarios, Junco dijo: "por el contrario, vemos que la destrucción del monopolio va a darle a esas empresas periodísticas nuevas opciones de mayor rentabilidad y de decisiones más racionales en su producción, de disminución de ineficiencias y de más control sobre sus propios destinos."<sup>38</sup>

La Unión de Voceadores es "un organismo independiente pero con fuertes vínculos con la Secretarías de Gobernación y de Hacienda, ejerce un férreo monopolio sobre la difusión de los periódicos en México desde hace 75 años. En privado, numerosos editores se quejan de su actuación y de sus estructuras obsoletas heredadas del pasado.

Cientos de nuevos microempresarios invadieron las calles del Distrito Federal, inaugurando, así, una nueva etapa en la distribución de impresos en la gran urbe. El miércoles 9 de noviembre varias personalidades, voluntarios y empleados del periódico llegaron a los Centros de Distribución de *Reforma* y siguió el voceo por las principales calles y avenidas, haciéndose cada vez más común ver a los voceadores. Cientos de microempresarios invadieron las calles del Distrito Federal; inaugurando así una nueva etapa en la distribución de los medios impresos de la gran urbe.

Además, varias personalidades, voluntarios y empleados del periódico llegaron a los centros de distribución *Reforma* y siguió el voceo por las principales calles y avenidas, haciéndose cada vez más común ver a los voceadores.

Todos ellos emprendieron así un día más con los "gajes del oficio" y entre carro y carro, semáforo y semáforo llevaron el grito de "¡México por dos pesos!" "Reforma, el periódico del Angell" "¡Reforma corazón de México!".

<sup>38</sup> Rodríguez, Castañeda Rafael "Vamos a luchar, saldremos a la calle y pagaremos el costo..." en *Proceso*, 7 noviembre de 1994, p.20-29.

En suma, es claro que el diario *Reforma* intenta impulsar nuevos sistemas de distribución y ampliar las suscripciones así como publicarse en días feriados, mientras el sindicato siente lesionados sus intereses por estas nuevas formas de distribución.

En la historia de la prensa mexicana no hay una sola publicación que haya logrado enfrentar con éxito a la unión de Voceadores, y ante esto *Reforma* espera resquebrajar al sindicato y abrir nuevos canales de distribución. el periódico ha conseguido amplio apoyo para su campaña y cree, al parecer, que puede ganar la guerra.

En su más evidente expresión, el diario defiende dos derechos. Uno, circular entre sus lectores y suscriptores los trescientos sesenta y cinco días al año, utilizando sus propios canales en los días de asueto obligatorio. Dos, ampliar sus canales de circulación -a través de la venta en locales cerrados y expendios público- y de suscripción con la realización de promociones.

Como lo anota el columnista René Delgado en la columna *Sobreaviso: Reforma* pretende mantener en práctica la filosofía que lo nutre, ejercitar y defender derechos fundamentales consagrados en la Constitución y, con esa conducta, impulsar dos cuestiones principales: participar libremente en el mercado, sin caer en las redes de los monopolios impulsados y protegidos por el corporativismo; y salir de los arreglos bajo la cuerda, de "las reglas no escritas del sistema" que hacen del estado de derecho una quimera. En su más evidente expresión, el diario defiende sus derechos. Uno, circular entre sus lectores y suscriptores los 365 días del año, utilizando sus propios canales en los días de asueto obligatorio. Dos, ampliar sus canales de circulación -a través de la venta en locales cerrados y expendios públicos- y de suscripciones con la realización de promociones.

En las metas de circulación y distribución, que se plantea *Reforma*, se juegan cuestiones principales. De derechos y libertades en el fondo. Y, en unos y en otras, se ve involucrada la sociedad en su conjunto, *Reforma* -y con el otros diarios que circulan en la capital -se juega su derecho al trabajo, su derecho a la libertad de expresión y su derecho a no verse afectado por un monopolio que acapara la circulación en los expendios públicos.

A ningún diario y a ningún periodista escapa la realidad: la circulación y la distribución de su producto es un eslabón fundamental. Esa última fase del trabajo periodístico marca, en buena medida la posibilidad del éxito o el fracaso. Marca, además y sobre todo, la posibilidad de divulgar asuntos de interés público que no siempre halagan al poder establecido.

Mercantilmente, asegura el columnista, la experiencia ha sido exitosa, pues la venta conseguida por los improvisados voceadores ha alcanzado varios miles de ejemplares, si bien se ha mantenido lejos de la cantidad que hasta el comienzo de semana fluía en el circuito controlado por la Unión de Voceadores.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Delgado René, "Sobreaviso" en *Reforma*, p. 12.

## **CONCLUSIONES**

En el primer capítulo se expuso un resumen de la prensa como un espacio de comunicación para difundir y en la medida de lo posible explicar lo que sucede en nuestro entorno.

Se mencionan los detalles y sutilezas que han marcado la trayectoria de los periódicos mexicanos y el gobierno en turno. Se observa cómo en las etapas de crisis social y económica originan la multiplicación o cierre de publicaciones. Hemos visto que en cada sexenio presidencial surge una nueva publicación. Por ejemplo, fue notorio que durante el gobierno de Carlos Salinas de Gortari hubo mayor apertura hacia los medios de comunicación, aunque no promovió reformas significativas para la comunicación en México. Los medios fueron, en el sexenio 1988-1994, propulsores de una nueva imagen presidencial.

En el país gran parte de la prensa se ha reproducido y proliferado sin necesidad de ser leída masivamente; su preocupación fundamental ha sido el poder. Ahí han estado los únicos lectores indispensables y los intereses reales de su tarea.

La prensa como negocio que depende del público lector – escribió hace algunos años Gabriel Zaid- tiende a decir lo que el público quiere escuchar, y hasta puede caer en el amarillismo, el chisme, los rumores, el escándalo, aunque cosas más importantes pasen en silencio.

El problema de la información no es sólo el de producir noticias y lograr que éstas se compren, es decir, se lean. No son extraños los bajos tirajes de la gran mayoría de los periódicos confinados en muchos casos a la circulación oficinista o a los ámbitos de la febril actividad de las síntesis informativas en carpetas que ni siquiera sus destinatarios llegan a leer.

En este contexto, se menciona que la Unión de Voceadores desde hace más de 75 años es parte total en el desarrollo de los impresos en el Distrito Federal. La distribución de los impresos. Desde sus inicios el estado ha reconocido la doble función que éstos desempeñan, por un lado distribuir en forma eficiente los diarios y por el otro decidir si reparte o no un ejemplar. La prensa ha sido testigo del intercambio de elogios entre el gremio de los voceadores y el mandatario en turno.

Así, puede decirse que el gusto del voceador por un título, tiene una gran relevancia dentro de la promoción que se dé a cada publicación. El voceador tiene un olfato especial para detectar aquellos impresos que le aportarán una remuneración significativa. Es finalmente él quien promueve, exhibe y



persuade al lector para que una publicación se asiente en el mercado. El cliente es quien determina la oferta o la demanda de un periódico. Aunque es necesario acotar que uno de los puntos centrales del periodismo mexicano es la escasez de lectores atribuible a diferentes causas, la plétora de publicaciones que oscurecen el panorama informativo y las dificultades adquisitivas de los lectores.

Se planteó una de las principales dificultades a las que se enfrenta la Unión es la constante lucha contra el bajo nivel socioeconómico en el que viven sus miembros. La superación de éstos se lleva a cabo principalmente con la perseverancia de sus agremiados por mejorar día con día las habilidades de su oficio.

La Unión programa una descentralización total, con el apoyo de varios periódicos. La agrupación pretende salir del centro hacia cada delegación con el propósito de acercar sus publicaciones a los voceadores y de disipar la concentración de trabajadores en un solo lugar. Así como la introducción de nuevas tecnologías para el manejo de la distribución.

Otros sistemas, otras empresas distribuidoras, otros vendedores de periódicos no afiliados a la Unión, así como un mayor auge en la infraestructura de los propios medios informativos para controlar su circulación en la calle están por definirse y ponerse a prueba, aunque hasta ahora, la Unión es el único medio de distribución en la calle y, como tal, su margen de acción y prontitud ha probado sus beneficios. El servicio que actualmente prestar los voceadores a la sociedad capitalina puede, sin duda, mejorarse y abrirse sin temor de perder su clientela. En el contexto de la prensa mexicana no hay una sola publicación que haya logrado enfrentar con éxito a la Unión de Voceadores y abrir nuevo canales de venta.

Se considera, en otro sentido, que con el conflicto Reforma Unión se recuperó el auténtico voceo callejero, la exhibición ambulante de la información periodística. En el contexto de la prensa mexicana no hay una sola publicación que haya logrado enfrentar con éxito a la Unión de Voceadores y abrir nuevos canales de venta.

Para el diario Reforma la Unión es monopolizadora de la distribución y venta de medios impresos en la calle, ha monopolizado por décadas el reparto y la disponibilidad a esos medios por

diversos sectores de la sociedad. Por ello, rompió las cadenas de distribución y creo una red de distribución independiente llamada de "microempresarios"

Si de distribución hablamos, han surgido otras novedosas tecnologías a través de la red de redes o Internet como un novedoso mecanismo de diseminación de información en donde, actualmente, los periódicos tienen un papel protagónico.

Las modernas tecnologías de información permiten que la mayoría de los diarios mexicanos puedan ser consultados, de manera gratuita, mediante Internet. En ello se observa un inesperado mecanismo de distribución para los periódicos.

En el capítulo central, *Circulación del Diario Unomásuno* se describió el proceso de desarrollo y creación del rotativo. El nombre del diario deriva de uno periodista y más uno lector, ambos comparten en su corazón los mismos intereses de la verdad. Surgió como consecuencia de una crisis nacional que afectó al periodismo del grupo salido de *Excélsior* en 1976. En sus primeros años se caracterizó por defender al ala izquierdista y en los últimos años se observa una presencia periodística gubernamental.

No obstante que tiene una presencia pública modesta, sigue siendo un rotativo leído en segmentos pequeños de los ámbitos académico y político.

Cabe destacar que se buscó aprovechar la experiencia de los encargados del departamento de circulación del periódico para desarrollar la investigación, pero se negaron "por políticas de la empresa" a contestar un cuestionario con el fin de conocer su opinión sobre la distribución.

- 1) ¿Desde cuándo trabaja en el diario?
- 2) ¿Cuáles son sus principales funciones?
- 3) ¿Cuántas personas son el departamento?
- 4) ¿Cómo se pone en contacto el diario con la Unión de Voceadores para iniciar la distribución de publicaciones?
- 5) ¿Qué pasos realiza al día, junto con la Unión para distribuir sus periódicos?
- 6) ¿Cuál es el tiraje del periódico?
- 7) ¿Cuál es su opinión del sistema de distribución que llevan a cabo los voceadores?

8) ¿Considera que es óptimo para que lleguen los diarios a los lectores?

9) ¿Se ha llegado a alguna concertación con los voceadores para determinar la manera de distribución del periódico?

10) ¿Qué porcentaje ofrecen a la Unión por venta del periódico?

11) ¿Sería una alternativa crear su propia empresa de distribución?

Con lo anterior puede aseverarse que el planteamiento que dio origen a la investigación "Las fallas de distribución del periódico han llevado a la pérdida de mercado y de presencia en el público", no fue satisfecho ampliamente. No obstante, a pesar de las limitaciones se anotan los mecanismos de distribución del impreso.

Por ello es recomendable que el diario *Unomásuno* revise a fondo sus sistemas de producción con objeto de que dichos programas redunden en el buen funcionamiento del periódico y recupere a sus lectores.

Otro aspecto que se estima viable es que con el programa de renovación del diario incremente su circulación. Ello implicaría el desarrollo de un proyecto integral que contemple los recursos tanto humanos como técnicos necesarios.

El programa de renovación que deriva de esta alianza llevará a una revisión a fondo del sistema productivo con el propósito de ampliar y mejorar sus servicios periodísticos y proveer a los lectores del contexto informativo más completo sobre los hechos de su interés. Esta última fase del trabajo periodístico, marca en buena medida la posibilidad de éxito o el fracaso. La posibilidad de divulgar asuntos de interés público que no siempre halagan al poder establecido.

## **ANEXO**

### **Constitución y Estatutos de la Unión de Expendedores, Voceadores y Repartidores de Prensa del Distrito Federal**

## **Constitución y Estatutos de la Unión de Expendedores, Voceadores y Repartidores de Prensa del Distrito Federal**

### **Breve Explicación**

Las leyes para los pueblos y los estatutos para las agrupaciones, deben ser hechos con espíritu progresista, teniéndose en cuenta que no sólo deben responder a las necesidades del momento sino a los anhelos para el futuro, por lo que han de ser evolutivos, para que no signifiquen un obstáculo en la vida social y en su desarrollo.

Teniéndose en cuenta que mientras más prolijos son los estatutos de una sociedad, más dificulta su observancia, se ha procurado que los de la Unión de Expendedores, Voceadores y Repartidores de la Prensa del Distrito Federal, no sólo sean claros y precisos sino lo más corto posible.

Es muy frecuente confundir los estatutos de una agrupación, que son los grandes lineamientos de su modo de ser como institución, con los detalles reglamentarios, muy secundarios y que son de orden meramente administrativo. Al formarse estos estatutos, sólo se ha hecho constar en ellos los principios fundamentales y las bases de su organización y de su funcionamiento. En el reglamento constará todo lo relativo a los pormenores del régimen interior de la Unión.

## **Constitución y Estatutos de la Unión de Expendedores, Voceadores y Repartidores de la Prensa del D.F.**

### **Bases Constitutivas**

Los expendedores, voceadores y repartidores de Prensa en el Distrito Federal, resuelven constituirse en una agrupación sindicalista que se denominará Unión de Expendedores, Voceadores y Repartidores de Prensa del D.F., y la cual tendrá ahora como radio de acción la Capital de la República y poblaciones cercanas, pero procurará organizar a los expendedores y voceadores de todo el país.

Dicha Unión formará parte de la Federación de Uniones y Sindicatos de Artes Gráficas de México, y por lo tanto de la Confederación Regional Obrera Mexicana, ante las cuales tendrá representación

directa e indirecta respectivamente. El objeto de esta agrupación será el de impartir mutua ayuda y protección a sus miembros. .

Esta Unión no podrá disolverse mientras cuente con un mínimo de 20 miembros.

La Unión de Expendedores, Voceadores y Repartidores de Prensa del Distrito Federal, al constituirse solamente declara ser autónoma en su régimen interior, pero que acatará las disposiciones que afecten a uno o más de sus gremios, y que por lo tanto revistan un carácter general siempre que sean dictadas por la Federación a la cual está adherida.

## Capítulo 1

### Requisitos de Admisión

Art. 1º. Todo expendedor o voceador de periódicos podrá ser admitido como miembro activo de la Unión, siempre que haya trabajado en esa forma durante un periodo de un año por lo menos.

Art. 2º. La cuota de inscripción como miembro activo de la Unión será de 10.00 para los expendedores y libre para los voceadores y repartidores siempre que se compruebe su honradez y buena conducta.

Art.. 3º. Toda solicitud será turnada a su vez a la Comisión de investigaciones, la que hará a las averiguaciones que estime convenientes para cerciorarse de la honorabilidad y buena conducta del solicitante, después de lo cual enviará su reporte lo más pronto posible al Comité Ejecutivo, para que en la próxima sesión la ponga a consideración de la asamblea, siendo esta la que definitivamente decida sobre ella. A dicha sesión deberá estar presente el solicitante, para lo cual será oportunamente notificado por el Comité, de la hora, fecha y lugar en que se celebre dicha sesión.

a) Todos los solicitantes que sean admitidos, firmarán la Constitución, después de repetir el juramento anterior.

Art. 5º. A toda persona que sea definitivamente admitida como miembro de esta Unión, le será extendida su credencial que le acredite como tal.

## Capítulo II

### Obligaciones de los Miembros Activos

Art.1º. Son obligaciones de los miembros activos concurrir a todas o a la mayor parte de las sesiones tanto ordinarias como extraordinarias que esta Unión celebre.

Art.2º. Cumplir y hacer cumplir las disposiciones que se le encomienden, mirando por el progreso de la Unión.

Art.3º. *Todo miembro de la Unión deberá presentarse a pasar lista una vez por mes.*

## Capítulo III

### De las Sesiones

Art.1º. Las sesiones que celebra esta Unión serán ordinarias y extraordinarias.

a) Las sesiones ordinarias de la Unión se efectuarán el viernes de cada semana.

b) Las sesiones extraordinarias se efectuarán cuando a juicio del Comité Ejecutivo se necesitare.

c) Ningún otro asunto, excepto aquel para el cual se indique en la convocatoria respectiva se tratara en las sesiones extraordinarias.

Art.2º. Veinticinco miembros son necesarios para integrar el quórum y celebrarse la sesión.

a) El C. Secretario General, o del Interior, en ausencia del primero nombrado, previo convencimiento, de que haya quórum, declarará abierta la sesión e instalará al compañero que la asamblea designe para presidir los debates en dicha junta. Este dará lectura a la orden del día y la sujetará a la aprobación que los miembros de la Unión, pondrá a discusión los asuntos por riguroso orden, y previo convencimiento de que aquel asunto por resolver estuviere suficiente discutido, dará a conocer las proposiciones que sobre el se hubieren presentado, y tomará la votación respectiva, declarando la manera como quedó resuelto.

Diez minutos como máximo hablará cada orador y permitirán aclaraciones y mociones de orden hasta el fin de la sesión.

## **Capítulo IV**

### **Del Comité Ejecutivo**

Art. 1º. El Comité Ejecutivo estará integrado por cinco miembros, cuyos cargos son: Secretario General, Secretario del Interior, Secretario del Exterior, Secretario de Actas y Tesorero. Sus obligaciones respectivas serán:

#### **Del Secretario General**

Será el inmediato responsable de la ejecución de los acuerdos que emanen de las asambleas de la agrupación, visará los documentos que acrediten los gastos que haga la Unión, cumplirá y hará cumplir los estatutos de esta Unión, vigilará que los demás secretarios estén al corriente en las labores de sus cargos y les tumara el trabajo que a sus secretarías corresponda. Presidirá las reuniones que periódicamente celebre el Comité, extenderá las tarjetas de retiro y de viaje a los compañeros, cuando así se acuerde.

#### **Del Secretario del Interior**

Desempeñará las labores inherentes a su encargo, ayudará en caso necesario al Secretario General, asistirá a las sesiones que el Comité celebre y colaborará en las representaciones que a nombre de la Unión tuviere que hacer el Comité Ejecutivo, llevará un registro de los miembros activos de la Unión. Sustituirá en su encargo al compañero Secretario General en su ausencia o vacancia del puesto, con sus mismos derechos o atribuciones.

#### **Del Secretario del Exterior**

Desempeñará las labores de su encargo, procurando estar en relaciones con las demás agrupaciones afines, las sucursales que de esta Unión se establezcan y las agrupaciones tipográficas del interior de la República y del Extranjero, asistirá a las juntas que el Comité celebre y colaborará con los demás Secretarios en las representaciones que tuvieren que efectuar en nombre de la agrupación y para asuntos oficiales.

#### **Del Secretario de Actas**

Levantará las actas de las sesiones que efectúe la agrupación, las leerá en las asambleas ordinarias que celebren y las pasará una vez corregidas y aprobadas, al libro de actas, que por su importancia



bien puede considerarse como la historia de la Unión, cuidará y archivará toda clase de documentos que a ella pertenezcan asistirá a las juntas del Comité que se efectúen y colaborará en las representaciones que haga el Comité Ejecutivo.

#### **Del Tesorero**

Será el único responsable de los fondos que la agrupación ha puesto bajo su cuidado.

Pagará todos los créditos contra la Unión, siempre que los documentos lleven el visto bueno del Secretario General y expresen claramente los fines a que se destine la cantidad cobrada.

Tendrá al corriente los libros y documentos que presentará a los compañeros cuando así se acuerde.

Presentará semestralmente un corte de caja en el que claramente consten los egresos y los ingresos totales.

Colaborará, en caso de necesidad, en las representaciones que tenga que hacer el Comité Ejecutivo.

#### **Previsiones Generales**

A.- El Comité Ejecutivo no podrá privar de sus derechos a ningún asociado, facultad que pertenece solamente a la Asamblea.

B.- Los acuerdos de las asambleas son definitivos y causan ejecutoria desde el momento en que se levante la sesión.

C.- La duración de las sesiones no excederá de dos horas, siendo necesario acuerdo especial para prolongarlas.

D.- Los casos no previstos serán tratados en Asamblea inmediata.

## **FUENTES CONSULTADAS**

## BIBLIOGRAFÍA

- Becerra, Acosta Manuel, et. al. *Prensa y Radio en México*. Centro de Estudios de la Comunicación. FCPS. México, 1978.
- Beltrán, Luis Ramiro. *Comunicación Dominada*. Editorial Nueva Imagen
- Cebrián, Juan Luis. *La prensa y la calle*. Editorial Nuestra Cultura. 1980
- Corchado, Manuel. *El papelerero y su evolución*. México 1929.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, México 1997. Editorial Fernández.
- Chávez, Rivadeneira Lucía. *Gritos de Papel*. Tesis, FCPyS, UNAM. México, 1983
- Dovifat, Emil. *Periodismo 2*. Editorial Uteha. México.
- Eco, Umberto. *Cómo se hace una tesis*. Técnicas y procedimientos de investigación, estudio y escritura. Editorial Gedisa.
- Echeverría, Álvarez Luis. *Echeverría ante la prensa y el mundo: diez testimonios*. Secretaría de la Presidencia.
- Fernández, Christlieb Fátima. *Los medios de difusión masiva en México*. Juan Pablos Editor. México, 1993.
- González, Lewis Gustavo. *Distribución y venta de publicaciones periódicas No.13*. Libros de México 1988.
- Granados, Chapa Miguel Angel. *Examen de la Comunicación en México*. Ediciones el Caballito.
- Hernández, Carballido Elina Sonía. *El final de la cadena... la distribución de periódicos en México: El caso de la Unión de Voceadores*. Tesis, FCPyS. UNAM. México, 1991.
- Leñero, Vicente. *Los periodistas*. Editorial Joaquín Mortiz. México, 1978.
- Lombardo, Irma. *De la opinión de la noticia*. Editorial Kiosco. México 1992.
- López de Zuazo Algar, Antonio. *Diccionario del periodismo*. Madrid, España. Ediciones Pirámide.
- Mac Bride, Sean. *Un solo mundo, voces múltiples*. Fondo de Cultura Económica. México, Unesco, París, 1981.
- Mc. Quail, Denis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Paidós comunicación/18 2a. Edición, 1993.

- McLuhan, Marshall. *La comprensión de los medios*. Editorial Diana. México, 1969.
- Monsiváis, Carlos. *A ustedes les consta*. Editorial Era, 1981.
- Pinto, Mazal Jorge. *Régimen legal de los medios de comunicación colectiva/5*. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. México, 1977.
- Rojas, Avendaño Mario. *El reportaje moderno/4*. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 1976.
- Rodríguez, Castañeda Rafael. *Prensa Vendida. Los periodistas y presidentes: 40 años de relaciones*. Editorial Grijalbo, 1993.
- Rucker, Frank y Hebert Lee, Williams. *Organización y administración de periódicos*. Editorial Marymar Argentina, 1977.
- Ruiz, Castañeda María del Carmen. *El periodismo en México: 450 años. UNAM*. México, 1980.
- Saldívar Chávez, María Antonieta. *Las nuevas tecnologías de la información, un recurso para apoyar la labor informativa universitaria: el Banco de Información Primaria de la Dirección General de Información de la UNAM*. Tesis, FCPyS, México, 1996.
- Sigal, León. *Reporteros y funcionarios: la organización y las normas de la elaboración de noticias*.
- Scherer, García Julio. *Estos años*. Editorial Océano. México 1995.
- Smith, Anthony. *La política de la información*. Problemas de política en los medios de información modernos. Fondo de Cultura Económica/271. 1984.
- Terrazas, Ana Cecilia. *La prensa en la calle*. Editorial Grijalbo. México 1996.
- Toussaint, Alcaraz, Florence, et. al. *Prensa y Nuevas Tecnologías*. Editorial Trillas, 1989.
- Trejo, Delabre Raúl. *La prensa marginal*. Ediciones El Caballito, México.
- Trejo, Delabre Raúl. *Volver a los medios*. Ediciones Cal y Arena. México, 1977.
- Unomásuno. *Diez años 1977-1987*.

## HEMEROGRAFÍA

Revista *Proceso* No.940. Rodríguez, Castañeda Rafael "Vamos a luchar, saldremos a la calle y pagaremos el costo" en *Proceso*, 7 noviembre, p.20-29. Lunes 7 de noviembre de 1994.

Revista *Proceso* No.951. Lunes 23 de enero de 1995.

"Nos unimos al cambio". *Reforma* entrevista con Regino Díaz Redondo, director de *Excélsior*. Miércoles 23 de noviembre de 1994.

Revista *Nexos*. "Periódicos: ¿Quién tira la primera cifra?". *Cuaderno de Nexos*/24. Junio de 1990. Raúl Trejo Delarbre.

Revista *Mundo Ejecutivo*. "A pasos agigantados". Septiembre 1999.

"Salinas de Gortari en el XXXVII Aniversario del Día del Voceador". *El Universal*, 4 de mayo de 1990.

"Exalta CSG la tarea de los medios impresos". *El Universal*, 9 de mayo de 1990.

"Voceadores tienen capacidad para generar empleos: Gómez Corchado". *El Universal*, 30 de diciembre de 1990.

"Encabezará el presidente Salinas el Día del Voceador, en la Magdalena Mixhuca". *El Universal*, 7 de mayo de 1992.

"Salinas: La libertad de prensa, fundamental para la democracia". *El Universal*, 8 de mayo de 1992.

"Obligación del gobierno de respetar y alentar la libertad de expresión". *El Universal*, 23 de abril de 1993.

"Romper el monopolio de voceadores: Perete". *Excélsior*, 6 de junio de 1993.

"Voceadores, trinchera de la libertad de expresión". *El Nacional*, 22 de abril de 1993.

## **GLOSARIO**

**Comunicación.** Puesta en relación de emisor (es) y receptor (es) con la intención de transferir o **transportar** información. Es además la trama que une a los individuos, familias, grupos sociales y religiosos, *corporaciones públicas, medios de comunicación masiva, sociedades culturales y naciones. Puede ser directa, indirecta, unilateral, recíproca privada y pública.*

**Comunicación.** *Transmisión de información, ideas, emociones habilidades, etc., mediante símbolos; palabras, imágenes, cifras, gráficos, etc. El acto o proceso de transmisión es lo que, habitualmente se llama comunicación. ( Reed H. Blake. Taxonomía de conceptos de comunicación. p.3).*

**Comunicación masiva o colectiva.** Es un fenómeno social que implica la presencia de los grandes medios de difusión creados por la televisión. Este tipo de comunicación se caracteriza por ser pública, rápida y transitoria. (Tenorio, Herrera Guillermo. *Elementos básicos para el estudio, análisis y crítica de la televisión mexicana.* pág. 114).

**Comunicación de masas.** Es contemplado como el soporte de un conjunto de mensajes implícitos y estructurados, expresión del sistema de valores de una clase social y da origen a comportamientos prescritos frente a tal o cual problema social. (Varios autores, *Cuadernos de la realidad nacional, número 3. Santiago de Chile.*)

**Comunicación social.** (enfoque sociológico). Es una interacción social, desde lo individual o grupal, hasta la que se da entre las estructuras sociales, o al interior de las mismas. Es intencional por eso es una acción social, además está determinada y mediada por el contexto social donde se genera. (Tenorio, Herrera Guillermo, *Comunicación Universitaria,* pág.55)

**Difusión.** Término utilizado por los medios de comunicación cuyo objetivo es dar a conocer información, mensajes y conceptos. Se refiere a la intensidad y extensión de la circulación de un medio de comunicación.

**Despachador.** Que despacha mucho. Obrero encargado de despachar.

**Despacho.** Acción de despachar. Lugar donde se despachan mercancías. Título que se da para ejercer un empleo. (*Pequeño Larousse Ilustrado.* p.348)

**Director.** Persona que tiene la responsabilidad de mantener el orden y procedimiento que debe ejercerse en un ámbito específico. En las empresas es el que se encarga de llevar a cabo y cumplir con las políticas y procedimientos establecidos en la organización.

**Distribución.** Acción de distribuir: distribución de viveres.

**Distribuidor, ra.** Que distribuye. Distribuidor automático, aparato que distribuye ciertos objetos mediante la introducción de monedas.

**Distribuir.** Repartir una cosa entre varios: distribuir un trabajo entre los obreros. efectuar la comercialización de un producto, por ejemplo un periódico, una película cinematográfica. (*Pequeño Larousse Ilustrado,* p.367)

**Editor.** En el periodismo de habla castellana, la palabra designa al propietario (o empresa propietaria) de una publicación, supuesto que ejerza también la supervisión, en ese sentido, la empresa es una editorial. En el periodismo de habla inglesa, una persona que desempeña tales funciones es un *publsher*. La palabra *editor* designa (especialmente en Estados Unidos) ante todo al director de un periódico. Pero se le emplea también para los jefes de secciones: *Sports Editor* (jefe de deportes) *News Editor* (jefe de informaciones) *Foreig Editor* (jefe de información internacional). Similarmente, el verbo *to edit* (editar) no supone publicar un periódico o revista, sino arreglar o cortar un texto antes de enviarlo al taller. (A. Smith. *Goodbye Gutenberg*. GG Mass Media, p.407)

**Editorial.** Es un artículo publicado o una emisión que expone la opinión del dueño o la gerencia de un medio, por lo general sobre un asunto de interés público comentar es expresar la opinión de la dirección acerca de algo. (Reed H. Blake. *Taxonomía de conceptos de comunicación*. p.39).

**Entrevista.** Género del periodismo informativo que recoge un diálogo del periodista con un personaje. (Antonio López de Zuazo Algar, *Diccionario del Periodismo*, p.77)  
Existen varios tipos de entrevista:

**Entrevista dirigida:** la que sigue un procedimiento fijado por un guía o cuestionario.

**Entrevista no dirigida:** Es la que el entrevistado lleva iniciativa.

**Entrevista de panel:** Consiste en repetir en determinados intervalos las mismas preguntas, con el fin de estudiar la evolución de las opiniones de los entrevistados en periodos cortos de tiempo.

**Entrevista localizada:** Se realizada enfocada a experiencias objetivas, actitudes o respuestas emocionales a situaciones particulares.

**Entrevista repetida:** Es similar a la de panel, pero en ésta se sacan muestras distintas cada determinado tiempo.

**Entrevista múltiple:** Cuando la misma persona es entrevistada varias veces.

**Entrevista de profundidad:** Su finalidad es extraer información del subconsciente del entrevistado. (González, Alonso Carlos. *Principios básicos de la comunicación*, p.74)

**Formato.** Tamaño y proporciones de una página de periódico. Los formatos habituales son los designados como *standard* y *tabloide*, con mayor y menor dimensión, respectivamente.

**Expendedor.** Que expende. Persona que vende ciertas mercancías. p. 450

**Fotocomposición.** Sistema de composición mediante la imagen fotográfica de un texto. La imagen es reiterada con las variantes de las sucesivas correcciones, hasta una etapa final en la que opera como una fotografía a los fines de la impresión. El sistema sustituye al tradicional de líneas compuestas con plomo fundido. (A. Smith. *Goodbye Gutenberg*. GG. Mass Media.408)

**Géneros periodísticos.** Unidad informativa con características independientes. Se clasifican en ocho: información o noticia, reportaje, entrevista y crónica (periodismo informativo): artículo, editorial,



comentario o columna crítica (periodismo interpretativo), López de Zuazo, Algar Antonio, *Diccionario de periodismo*, p.98.

**Información** Se considera así al conjunto de datos organizados y sistematizados que tienen como propósito resolver un problema o lograr determinado fin, donde un dato es un hecho transformado en elemento comunicativo (insumo). También es la acción y efecto de informar. (Tenorio Herrera, *Curso de Actualización...*)

**Jefe de departamento** Persona responsable del cumplimiento y realización del trabajo, en una área o grupo.

**Medio.** Recurso utilizado para el transporte de la información.

**Medios de comunicación.** son canales de sociabilización que permiten a los individuos entrar en contacto con otras culturas y formas de comportamiento y pueden llegar a las regiones más apartadas y a los diversos estratos socioeconómicos. (Jesús Villaseñor. *Los medios de comunicación social*, p.79)

**Noticia.** Es el relato de algo nuevo que interesa a un auditorio determinado, sea este mundial, nacional o limitado por intereses geográficos, culturales, económicos o de otro tipo. Noticia, no es acontecimiento o suceso; es su relato. (Reed, H. Blake. *Taxonomía de Conceptos de comunicación*, p.57)

**Opinión pública** consecuencia de la comunicación establecida entre los hombres y se acentúa cuando se comparten intereses, problemas y un destino común.

**Prensa.** Actualmente se considera que el término prensa incluye los cuatro medios principales de comunicación masiva (periódicos, revistas, radio y televisión) al igual que otras organizaciones allegadas, tales como las asociaciones de prensa que obtienen y difunden información para el consumo público. La prensa puede enfocarse también desde el punto de vista de la cobertura: Se encuentran medios que representan así a la prensa internacional, a la nacional, regional y local, así como prensa especializada. (Reed H. Blake. *Taxonomía de conceptos de comunicación*. p.45)

**Propaganda.** Difusión de mensajes e informaciones con objeto de provocar que se acepten o rechacen determinados productos, filosóficos, religiosos e científicos.

**Publicidad.** Proceso de información al público orientado al incremento de ventas. Conjunto de medios y técnicas que permiten la divulgación de las ideas y de los objetos, la popularidad de las personas que tiende a provocar comportamientos espontáneos y deliberados, inmediatos y duraderos en los individuos que reciben los mensajes. Incluye el conjunto de mensajes que emite la organización, a través de diferentes medios de comunicación masiva, para incrementar y promover los productos y servicios generados en la agrupación.

**Rama.** Marco rectangular de hierro o acero del tamaño de una hoja de diario (y ocasionalmente de dos hojas). Colocado sobre una mesa, permite disponer el plomo de texto y grabados, de acuerdo a un diagrama previsto, afirmándolo después con un sistema de barras y tornillos. (A. Smith. *Goodbye Gutenberg*, p. 412)

**Reportaje.** Es un relato informativo, una narración más o menos noticiosa, en donde la visión personal del periodista, su modo de enfocar el asunto influyen en la concepción del trabajo. Tiene, pues, de la técnica informativa y de la narrativa. Es una información de más altos vuelos, con más libertad expositiva. Aquí, el periodista, el escritor, se refiere al orden de su trabajo. La materia es la misma; las preguntas básicas a que ha de responder la información, han de respetarse (Vivaldi, Martín G. *Curso de redacción*, p. 353)

**Reportero.** Significa el periodista habitualmente dedicado a la tarea de informar a su público de lo que pasa en el sector en que tal periodista se mueve. No obstante, dentro de la técnica periodística y comparada con el reportaje, la información resulta más escueta, más ceñida a la noticia, al núcleo vital del informe. (Vivaldi, Martín G. *Curso de redacción*, p. 353)

**Rotativa.** Máquina de tamaño considerable, que combina cilindros de impresión, cilindros de papel y depósitos de tinta, en la última etapa de confección de los periódicos modernos. Además de las ventajas de su velocidad, la máquina permite doblar y contar los periódicos. Sustituye a la anterior máquina plana, que obligaba a colocar separadamente las hojas lisas de papel contra el relieve de plomo (A. Smith. *Goodbye Gutenberg*. GG. Mass Media, p. 413).

**Tipografía.** Disciplina artesanal cuyo operario elige y coloca en una regleta matrices de letras y signos de un texto determinado, para componer con ellas un texto. Con la regleta así dispuesta se colecciona cada una de las líneas de plomo. El tipógrafo se ocupa habitualmente de los titulares en grandes cuerpos de letra, mientras los más pequeños quedan a cargo del linotipista. Por extensión, el tipógrafo se ocupa asimismo de colocar el plomo en la página o rama e introduce allí las correcciones necesarias. Al componer titulares, el tipógrafo elige las matrices en diversas cajas para diferentes estilos y tamaños de letras. Por ello también se le denomina cajista. A. (Smith. *Goodbye Gutenberg*. GG. Mass Media, p. 414.)

**Voceador.** Que vocea mucho. Vendedor callejero de periódicos.

**Vocear.** Dar voces. Publicar una cosa a voces. Llamar a uno a voces. Aclamar a voces.

**Voceo.** Acción de vocear o dar voces. (*Pequeño Larousse Ilustrado*, p.1070)

## ÍNDICE DE CUADROS

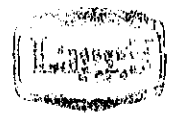
NÚMERO	NOMBRE	PÁGINA
1	RELACIÓN DE PERIÓDICOS Y REVISTAS DEL DISTRITO FEDERAL	29
2	DESTINO-DISTRIBUCIÓN	33
3	NEGOCIACIÓN CON EDITORES	35
4	MAQUINA ROTATIVA	36
5	DISTRIBUCIÓN Y VENTA	36
6	LUGARES Y FORMAS DE EXHIBICIÓN	38
7	PERIÓDICOS	40
8	DIARIOS QUE RECIBE EL DESPACHO GÓMEZ CORCHADO	52
9	CRONOLOGÍA SECRETARIOS UNION DE VOCEADORES DE MÉXICO	60
10	MEDIOS DISPONIBLES EN INTERNET	67
11	ORGANIGRAMA PERIÓDICO UNOMÁSUNO	76

## **APÉNDICE**

### **PRIMERAS PLANAS DE LOS DIARIOS DEL DISTRITO FEDERAL**

**Resultados**  
 (77 resultados en 1999)  
 6287 6288 6289 6290  
**PROMOCIONES**

# unomásuno



PERIÓDICO Y DIRECTOR GENERAL: MANUEL ALONSO MUÑOZ  
 DIRECTOR: Rafael Cardona VICEPRESIDENTE Y DIRECTOR AJUSTO: Manuel Alonso Corstella Año XXII No. 7909 Precio \$5.00

**En materia de seguridad pública se piden 5 mil 170 mdp para combatir a la delincuencia**

## MURIÓ RAFAEL ALBERTI



El poeta Rafael Alberti, último sobreviviente de la generación del 27, que agrupó a los más grandes nombres de la España moderna, falleció ayer a los 96 años de edad.

## Presupuesto social, sin fines electorales: EZ

ROBERTO GONZÁLEZ PINZ/  
 GISEL CAMARGO  
 El primer día

En ningún momento se manejará el presupuesto para el 2000 con fines electorales. Su orientación será eminentemente social, pues así lo exige el pueblo y porque atender sus necesidades es la responsabilidad más importante y más grande del gobierno, afirmó el presidente Ernesto Zedillo, durante la comida con motivo del 40 aniversario del Consejo Nacional de la Población.

Por su parte, al encabezar la Reunión del Consejo Nacional de Seguridad Pública, el secretario de Gobernación, Diódoro Carrasco, anunció que el gobierno federal solicitará al Congreso una partida

**GASTO RAZONADO**

- Aumentar las necesidades de la población, responsabilidad más importante, asegura
- Advirtió que es necesario atender sus necesidades si se quiere lograr el bien común
- Quiénes cumplen por el voto deben hacer propuestas serenas, demandó Zedillo
- El Estado no puede ser reemplazado por el crimen organizado: Gobernación
- Encabezó Diódoro Carrasco la Octava Reunión del Consejo Nacional de Seguridad Pública

para seguridad pública de cinco mil 170 millones de pesos. En referencia a los proyectos de los distintos aspirantes a la presidencia, Zedillo señaló que cada día es mayor la coincidencia en sus señalamientos sobre la necesidad de contar con una economía fuerte como factor indispensable para alcanzar la justicia social.

Si hacemos una revisión de las ideas sobre economía expresadas por los contendientes, notaremos que las diferencias tienden a desaparecer, pues cada vez es mayor el reconocimiento de que los márgenes de toda política económica son muy estrictos, agregó. El titular de la Segob, a su vez, indicó que al Estado no lo puede rebasar el hampa.

## Jamás, el poder a la oposición: FLO

• Esperan la fractura del PRI para nutrirse

JOSÉ QUINTERO AMAS  
 Reportero

Vamos a conservar el poder, aseguró Francisco Labastida Ochoa, tras señalar que los partidos de oposición no que el PRI se fracture después de los cambios internos del 7 de noviembre. Al cerrar su campaña en el Estado de México, el precandidato priista convocó a los presentes a "ir por todo" junto con él para triunfar en las

elecciones, primero en el PRI, después en el país. "Aquí está el primero que va a derrotar a la oposición, que está débil y desorganizada frente a un PRI fuerte", aseguró Labastida al auditorio que abarrotaba el Toreo de Cuatro Caminos.

Pleno respaldó a los independentes para ganar: "Necesito la fuerza de ustedes y su apoyo para impulsar el desarrollo del Estado de México y del país. Vamos por todo y hay que ganar la candidatura, fortalecer la unidad del PRI y hacer alcanzar la Presidencia de la República."

## Condena a la intromisión del PRD en la universidad

• Aplazaría STUNAM su emplazamiento

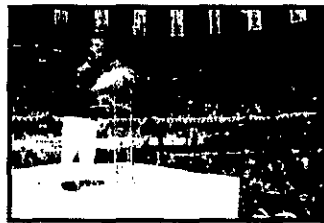
La Cámara de Diputados ofreció oficialmente una disculpa al rector de la UNAM, Francisco Barrés de Castro, por el lamentable incidente protagonizado por legisladores del PRD, cuyo Consejo Nacional, en tanto, acordó una "gran movilización" en defensa de la universidad y negó que así mismo en ese conflicto.

Barrés de Castro advirtió, otra vez, que no va a renunciar. Quiénes exigen su salida, dijo, son parte de un sector del PRD que, "con diferentes caras pero la misma estrategia", ha emprendido una campaña en su contra. El Partido de la Revolución Democrática siempre ha estado involucrado en el conflicto de la UNAM, pero como está marginado por el movimien-

to estudiantil, ahora ataca al rector con exigirle su renuncia, abrieron seis directores de institutos, escuelas y facultades.

En medio de esta controversia, por primera vez en 71 años la UNAM está en riesgo de una huelga. En un hecho sin precedentes las autoridades de esta casa de estudios no presentaron ninguna oferta al sindicato. Sin embargo, el líder del STUNAM, Agustín Rodríguez, propundrá hoy a los 26 mil sindicalizados que prorrogan el emplazamiento hasta el 31 de enero.

Por su parte, el CGH informó que 170 mil 639 ciudadanos y universitarios, consideran que Barrés debe renunciar. Mientras, Cuauhtémoc Cárdenas, candidato del PRD, aceptó que antes de estallar el conflicto se reunió con el rector, quien le adelantó que elevaría cuotas y él le recomendará que mejor no lo hiciera. (LUCÍA ROMERO/Asociación MOVIM/MAURICIO PADILLA) / 10 / 11 y 12



Ante más de 15 mil priistas en el Toreo de Cuatro Caminos, Francisco Labastida Ochoa, precandidato del PRI a la presidencia, convocó a sus simpatizantes a ir por todo el 7 de noviembre para ganar la postulación en forma contundente.

**MINUTERO**

Jaime Guzmán

Los polizontes del mundo desfilan en el desierto. "Entre apagados faroles, se hunden sus funerales".

**DE INTERÉS**

**MOVILIZAN A 7 MIL BRIGADAS EN TABASCO** / 5

**ASESINAN AL PRIMER MINISTRO DE ARMENIA** / 28

**LOS YANQUIS CAMPEONES: 4 JUEGOS DE 4** / 41

**DESALOJARON UN PREDIO EN FUENTES BROTANTES** / 15

**ANÁLISIS**

ANDRÉS HENESTROSA / 6

ALFONSO BALLE GÓMEZ / 12

BERNARDO GONZÁLEZ SELVAHO / 14



Año LXXIII - Tomo V
Número 36,633
Fundador y Director General:
Luis Núñez de Guzmán
Editor:
Guillermo Ochoa
Director de Edición:
Guillermo Ochoa
Distribución:
José A. Martínez Álvarez
Circulación:
José María Rivera
Precio:
\$1.00
Publicación:
México, D.F.

EXCELSIOR
EL PERIODICO DE LA VIDA NACIONAL

Publicado los días martes de cada semana, en la imprenta de "Excelsior", S. de C. V., en la ciudad de México, D. F., el día 28 de octubre de 1962.

Jueves 28 de Octubre de 1962



Débil, la Oposición Quiere Sacar Energía del PRI: Labastida

Vamos a Conservar Nuestra Creciente Fuerza

- No les Daremos la Transición de Millones y Democracia que en su Desaparición Hezneran
Cerramos el Pazo o Queremos Irteñan Día con País del Trabajo con Falso Programa de Cambio
Reluciendo en Sonoro su Adhesión Total y Parlamentaria de los Posibilidades de Luis Donaldo Coloso
Se nos fue Antes de Tiempo, Puro y Contrario sus Años de Justicia Social, Progreso
Hogamos Vivir la Esperanza de un País Mejor, Combatamos la Corrupción y la Inseguridad
Educación de Calidad y Empleo a las Jóvenes; Igualdad de Oportunidades a las Mujeres

ANTONIO GARCÍA MORALES, continúa



UN ATACADO otro golpe en el Parlamento mexicano, ayer, redujeron los legisladores tratan de proteger, en esta imagen de Labastida (AP)

Clasifica el Estado de Derecho
Los Cuervos Están de Placeres

- Compañeros Para el Ocaso de la Universidad
Suavero de sus Bienes... de su Espíritu
Dignos (Yo Basilio) y que lo Oigan Todos

SERGIO GARCÍA RAMÍREZ

Un notable drama negro mexicano, Hugo Argüelles, en su obra de una obra cuyo título es, pero no es, "Los cuervos están de placeres". En ella revivimos las aires melancólicos y condiciones "una generación hereditaria" que vivimos el final del poder opulente. Argüelles, investigador, el momento de herencia sus bienes. Citras en forma del pensamiento, filosofía y forma. De acuerdo con los hechos, en el tránsito que no para de ser. Se heredita los rasgos de un sustrato para su propia y divergencia trascende.

FIN DE LA PRIMERA PARTE

Asesinan en el Parlamento Armenio al Premier Sarkisyan y 7 Legisladores

- "Es un Golpe", Grita un Comandante Armado
Está Armabierado con 30 o 50 Rifles
Muegación con el Presidente R. Kocharján

ERZURUM, Armenia, 26 de octubre (AFP, EFE, DPA, AP, ANSA, Reuters y NTK) - El Primer ministro de Armenia, Vághen Sarkisyan, fue asesinado hoy jueves con siete legisladores miembros del parlamento por un comando armado que abrió fuego en un órgano legislativo, interrumpiendo las actividades, quienes precisaron que los atacantes, en un momento de confusión, se retiraron estruendosamente, gritando que estábamos llevados a cabo un golpe de Estado.

Los asesinos se concentraron todavía en el momento de la huida, pero se reportó que entre 30 y 50 rifles, informó la agencia de noticias rusa TASS.

FIN DE LA PRIMERA PARTE

NACIONAL PAN, México, 27 de octubre. - La "debilidad" y la "desorganización" de los partidos de oposición se nota porque intentan "una transición de energía, de militancia y de democracia que no les vamos a dar", porque no estamos dispuestos a dejarles el poder que tiene el PRI y que vamos a renovar con su creciente fuerza, afirmó Francisco Labastida Ochoa, precandidato a la Presidencia.

Ante un lleno en el Pazo de Cuatro Finca, con lecturas pláticas y el ruido cubierto por Labastida, el precandidato presidencial rechazó las campañas punitivas y punitivas que pretenden captar militantes pilatas y convocó a la unidad del partido para cerrar el paso a los que pretenden dezmar las filas del tricornio con falsas promesas de cambio.

Accompañado de su esposa, Teresa Urzurrutia, y de Luis Coloso (ayudante, padre del desaparecido candidato presidencial asesinado el 23 de marzo de 1961, Luis Donaldo Coloso), Labastida Ochoa ofreció concretar los aspectos de justicia social del

programa, al cerrar su campaña en la octava sesión plenaria del país con 13 millones de habitantes.

Las porras de "Labastida", "Labastida", "Labastida", se corearon en la plaza de toros después de que el precandidato entró por la puerta grande, la de matadores. Había una enorme multitud con una fotografía del ex gobernador de Sonora y un letrero: "¡Que el poder sirva a la gente!"

Hay refrendo, abalorio el simulo, no abalorio total, abalorio y permanente a sus principios, a sus puntualidad, a su idoneidad, a su integridad y también al servicio a las ilusiones y anhelos de Luis Donaldo Coloso "que se nos fue antes de tiempo".

"Hogamos - convocó a la detención multitud que gritaba ¡Duro!, ¡Duro!, ¡Duro! - vestí de nueva cuenta los ideales del candidato de la unidad y de la esperanza para luchar por un mejor país, por una nación donde haya justicia social, combatiendo la pobreza, la corrupción y la inseguridad en todo México."

FIN DE LA PRIMERA PARTE



FRANCISCO LABASTIDA, acompañado por su esposa María Teresa Urzurrutia, en el momento de la salida de estudiantes que celebran el Torneo de Centro Camaleón (Foto de Claudio Olivares)

Compañeros, Obligados de los Candidatos"
Plantea al Congreso un Presupuesto que Excluye Monjes con Fines Electorales: EZP

BERNARDO BIVALLOS

El Presidente Ernesto Zedillo se reunió ayer con los legisladores para que el presupuesto que planteará el Congreso se verá beneficiar con propósitos electorales.

En un hotel de Polanco, Zedillo se encontró con los representantes dedicados a la política, entre otros Carlos Alzate.

FIN DE LA PRIMERA PARTE

Cuba, Dispuesta a Reanudar Relaciones con EU: Castro

- Propuesta al Necesidad de Levantar el Bloqueo Cubano
Discrepancias Primarias Externas o Condiciones Temporales Internas
Educación Juvenil Valerán la fe del Sistema Comunisto

JOSE ALLENDEZ, continúa

LA HABANA, 27 de octubre. - Fidel Castro anunció hoy jueves sorpresa, que Cuba está dispuesta a reanudar relaciones diplomáticas con Estados Unidos sin necesidad de que Washington elimine el bloqueo económico que, desde 1962, impone a Cuba.

No obstante ello, advirtió que la reanudación de las relaciones diplomáticas, según por EU el 3 de enero de 1963, sería sin precedentes externos.

FIN DE LA PRIMERA PARTE

Baja el Nivel de los Ríos en Tabasco

- Aún inundados, Villahermosa y 17 Municipios
Crece o 437,374 el Número de Desplazados
Ellegi Ayuda de Chile. País de Vietnam en Hidrología

ARMANDO RAMOS, J. GUERRERO REYES, continúa

En tanto la Secretaría de Gobernación informó que en las últimas 24 horas aumentó a casi 400 mil el número de desplazados por las inundaciones en Tabasco, con lo que la cifra total de personas en tal condición pasó de 432 mil 703 a 437 mil 374, el sistema de Protección Civil tabasqueño está a punto que se registró un día más en los niveles de los ríos San Marcos y Grijalva.

FIN DE LA PRIMERA PARTE

Frentes Políticos

- Revisan Masas de Aliados del CGH con el BPP
El PRD Primer Masas y Logo Pudo Resolvió
Bloque se Reunió con Zedillo, Fallan los Partidos

AURORA BERROZ ARZU

Las reuniones se están por varios frentes, según el más ilustrativo el de la UNAM, que a diario tiene una multitudinaria asistencia. Sin embargo, la ley de un priorizado y se ha venido generalizado desde el inicio mismo del conflicto, y así que tiene que ver con los grupos que se encuentran militando en la misma línea como los estudiantes.

FIN DE LA PRIMERA PARTE



LA FUENTE de Diana Cazadora resplandeció en su lugar de la gloriosa Plaza de la Reforma y Río Matamoros, en la víspera original del asalto Juan O'Garañena (Foto de Guillermo Ochoa Pág. 5)

Yankee, Campeón: Ganó 4-1 y Completó la Limpia a Abasco (Deportes)

Ningún Otorgamiento Salarial de la Rectoría

- Exigimos una Respuesta de Hacienda y la SEP, Pusech M.
Acción al Apoyamiento o la Impedimento A. Rodríguez

PABLO GONZÁLEZ y ALEJANDRO MAYORCA

El Comité Ejecutivo del STUNAM planteó representativamente ante la rectoría de prórroga hasta el 31 de enero. Los representantes de la Rectoría no presentaron ante el intersección alguno de aumento salarial para los 28 mil trabajadores universitarios.

La sujeción para prórroga el establecimiento de la huelga, presentada para el último minuto del 31 de los estudiantes, se basa a las autoridades universitarias.

FIN DE LA PRIMERA PARTE

Respeten la Autonomía del Campus, Clama

- Reproducible Algunos Directores, se Desorganizaron Diputados
Los mil Humados, Urtes y Magisterios no el Himno Suspendido

ROSE A. MAYORCA, M. PERALTA, F. GARCÍA y M. CASTILLO

En respuesta a la vocación que exigen su inmediata destitución, el rector Francisco Barnés expresó que estas expresiones forman parte de una "estrategia definida" de un grupo del PRI con intereses académicos pero también extra universitarios, así que esta estrategia sea parte de una alianza de estudiantes de otros sectores estudiantiles y a su adhesión, y reitero su demanda de que los grupos externos a la UNAM respeten la vida y la autonomía universitarias.

FIN DE LA PRIMERA PARTE

# ATENTADO EN ARMENIA: MATAN AL PRIMER MINISTRO Y A SIETE MAS



# LA PRENSA

Organización Editorial Mexicana      Mario Vázquez Raña, Presidente y Director General      Mauricio Ortega Camberos, Director

**Resultados**  
27-OCT-99

Concurso 1987	5	6	2	2
Concurso 1988	8	2	6	5

CONCURSO 1987  
CONCURSO 1988



\* El periódico que dice lo que otros callan  
México, D.F.,  
Jueves 28 de  
Octubre de 1999  
AÑO LXXII NUM. 26,017  
Internet <http://www.eem.com.mx>

**PRD: ANTE LA INCAPACIDAD DE BARNES, NO CALLAREMOS**

# NAUFRAGIO: 17 MUERTOS

Rescatan 6 cadáveres y a 5 sobrevivientes; buscan más cuerpos frente a costas de Chiapas

## CASTIGAN AUN INUNDACIONES A HABITANTES DE VILLAHERMOSA



Fotos: Molesta y Carmen Rodríguez





# LA AFICIÓN

Fundado en 1930

AÑO LXVIII

JUEVES 26 DE OCTUBRE DE 1990

NUMERO 24,071

## ME QUEDO: BARNES

### Propone líder del STUNAM prorrogar a enero emplazamiento a huelga

#### Amplia movilización ciudadana para pedir diálogo inmediato

En un acto donde fue impugnado por trabajadores y académicos universitarios, quienes con pancartas exigieron su dimisión, el rector de la UNAM, Francisco Barnes, afirmó: "No renuncio. Continuaré en mi cargo hasta el fin de mi mandato", y solicitó a los legisladores se manijera con el respeto que requiere la Universidad.

Argumentó cómo un pequeño grupo "que tiene estrictamente intereses académicos, pero también extracadémicos, ligados al partido en que participan, y que es parte de una estrategia que han definido.

En tanto, Agustín Rodríguez Fuentes, secretario general del STUNAM, propuso al Consejo General de Representantes prorrogar al 31 de enero del año 2000, el emplazamiento a huelga con retroactividad al 1 de noviembre.

Por su parte, el PRD anunció que organizará una movilización ciudadana para exigir a las autoridades universitarias y al CGH dar inicio inmediato al diálogo para solucionar el conflicto.

A su vez, las Mujeres de Blanco estudian plan de acción para recuperar instalaciones de UNAM.



DIODORO Carrasco y Samuel del Villar durante la sesión del CNSP en la que se aprobaron siete acuerdos para fortalecer el combate a la delincuencia. (Información en la página 5)

#### PRECAMPAÑAS

(Información en las páginas 2 y 3)



En Toluca, el Parlamento armenio quemó el ataque al Parlamento, en el que por lo menos dos hombres desaparecieron sin ser encontrados. Algunos legisladores se arrojaron bajo sus plegadas, otros colgaron a la calle.

#### Circuito cerrado

• Silvia Harzeg salió de Los Pinos para dar la línea  
Héctor M. de León

(Ver página 11)

#### Falleció hoy Rafael Alberti, el poeta de la vida y la libertad

(Información en la página 9)

(Amplia información en las páginas 8 y 9)

#### Comando nacionalista mantiene 50 rehenes

Análisis de los sucesos automáticos tomaron ayer, a tiros, el Parlamento armenio en momentos en que comparecía el gabinete en pleno, y mataron al primer ministro y al menos otras seis personas antes de atrincherarse con docenas de rehenes.

Dos de ellos fueron liberados e inmediatamente trasladados a un hospital.

El líder de los asaltantes, identificado como Nairi Ananian, un ultranacionalista y ex pacifista, abrió fuego y mató al primer ministro y dijo que actuó para salvar a Armenia de la desintegración económica y política, agregando que el ataque fue un "acto patriótico".

El presidente armenio, Robert Kocharián, aseguró que "las autoridades controlan la situación".

(Amplia información en la página 6)



PESE AL bloqueo, Cuba está dispuesta a reanudar relaciones con EU, pero sin aceptar presiones externas y sin volver "jamás al capitalismo", dijo Fidel Castro ante el gobernador de Illinois, George Ryan. (Información en la página 6)

#### Entorno político Zedillo: presupuesto sin fines electorales

El presidente Ernesto Zedillo aseguró que en ningún momento el presupuesto del próximo año será manejado con propósitos electorales.

En tanto, el nuncio apostólico Justo Muller García, señaló que los cambios mexicanos no deben esperar de los obispos y sacerdotes protestas estériles o condenadas por ideologías más o menos de moda. A su vez, el presidente del Consejo Pontificio de Paz y Justicia del Vaticano, Francisco N. Van Thuan, dijo que México es un país con una amplia visión pero necesita un líder y una estructura adecuada para concretar los cambios.

Por otra parte, el publicista Carlos Alzarruki acusó al equipo de campaña de Francisco Labastida de intentar, con sus encuestas, desestabilizar la elección interna del PRI.

(Amplia información en las páginas 3 y 4)



Arriba: uno de ellos

Disponen 2 grupos "servicio" para rendir en las sesiones del Mico



Señales de México

Una de sus funciones para enfrentar el problema legislativo



Un naufragio

en Chiapas; deja seis muertos



Un debate

Decomisan en el Aeropuerto tres kilos de heroína



# OVACIONES

Jueves 28 de octubre de 1990

Presidente y Director General ALBERTO VENTURA AGUILERA

Director FRANCISCO RODRIGUEZ

num 18141-año LII

## Orientación social y no electoral al presupuesto para el 2000: EZ

### Competencia política con programas que hay que cumplir

Por **Francisco ADELANT**  
El presupuesto para el año 2000 no tendrá un formato más tradicional que el de los años anteriores. Según se anticipa, el presupuesto para el 2000 se elaborará con una visión más amplia y estratégica, considerando no sólo los aspectos económicos, sino también los sociales y culturales. El presupuesto para el 2000 se elaborará con una visión más amplia y estratégica, considerando no sólo los aspectos económicos, sino también los sociales y culturales. El presupuesto para el 2000 se elaborará con una visión más amplia y estratégica, considerando no sólo los aspectos económicos, sino también los sociales y culturales.



En un momento del evento Nacional de la Presidencia, el Presidente Zedillo volvió a dar un mensaje político consistente en el presupuesto del año venidero. La apertura es voluntaria y social.

### Asignar partidas por rubros, dependencias y sectores: PRD

Por **Juan Carlos MEZA A**  
Para que el presupuesto social no sea sólo un número, la Comisión Política del PRD sugiere que el gobierno federal debe asignar partidas por rubros, dependencias y sectores. Esto permitirá una mejor gestión de los recursos y una mayor transparencia en el uso del dinero público.

### Pide el CNSP recursos por \$170 mdp

Por **María MENDOZA**  
El Consejo Nacional de Seguridad Pública (CNSP) solicitó al Congreso de la Unión un presupuesto de \$170 millones de pesos para el 2000, destinado a mejorar la seguridad pública y combatir el crimen organizado.

## Hay nombres Investiga la PFP guerrilla en la ciudad

### Figura el Frente Francés Villa al EZ y el ERP

Por **Victor MAYEN**  
Una investigación de la Policía Federal Preventiva (PFP) ha identificado a varios grupos guerrilleros que operan en la ciudad de México. Entre ellos se encuentran el Frente Francés Villa, el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZ) y el Ejército Revolucionario del Pueblo (ERP).

### Rocío Sáenz del Villar que haya grupos subversivos en el DF

Por **María MENDOZA**  
En la Ciudad de México no existen grupos guerrilleros o subversivos, afirmó Rocío Sáenz del Villar, secretaria de la PFP. Sin embargo, se debe estar alerta ante cualquier actividad sospechosa que pueda representar una amenaza para la seguridad nacional.

## Sesado Dará el Congreso su apoyo para que Cuba se reintegre a la OEA



### Los argumentos por los que volvió ya se están repitiendo

Por **María MEA**  
El Congreso mexicano apoyará la petición de Cuba para ser reintegrada a la Organización de Estados Americanos (OEA). Los argumentos en favor de esta decisión son los mismos que se utilizaron en el pasado, ya que Cuba cumple con los requisitos para ser miembro de la organización.

La Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) recomendó al gobierno de México que se reintegre a Cuba a la OEA. El gobierno mexicano ha aceptado esta recomendación y se está preparando para la reintegración de Cuba a la OEA.

## Ataque terrorista al Parlamento; asesinan al primer ministro

Por **Francisco ADELANT**  
En Armenia, un ataque terrorista al Parlamento resultó en la muerte del primer ministro. Los atacantes lanzaron bombas y dispararon contra el edificio, causando graves daños y la muerte de varias personas.



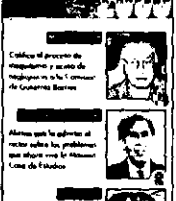
### ARMENIA: En una imagen televisada se ven los escombros en el que el primer ministro fue asesinado

El primer ministro de Armenia, Levon Ter-Petisyan, fue asesinado durante un ataque terrorista al Parlamento. El ataque ocurrió el 27 de octubre de 1990, cuando un grupo de extremistas lanzó bombas y disparó contra el edificio. El primer ministro murió instantáneamente.

## Roque Villanueva EZP no tiene candidato, pero el sistema sí

### Se enfrentará a los con Zedillo y la habilidad sobre irregularidades

Por **Francisco ADELANT**  
Roque Villanueva, líder del EZP, no tiene un candidato para las elecciones presidenciales. Sin embargo, el sistema electoral sí tiene un candidato, el presidente Zedillo. Villanueva se enfrentará a Zedillo en las elecciones, pero su habilidad para manejar las irregularidades del sistema electoral será un desafío.



### Cuba el proceso de negociación y a su vez, negociando en la Comisión de Cooperación

El proceso de negociación entre Cuba y el resto de los países de la Comisión de Cooperación se está desarrollando. Se están realizando reuniones y discusiones para resolver los puntos de conflicto.

### Mientras que la gestión de los recursos de la OEA

Mientras que la gestión de los recursos de la OEA se está mejorando, se debe asegurar que los fondos se usen de manera eficiente y transparente. Esto es esencial para que la OEA pueda cumplir con sus objetivos.

## Protección Civil Pasó la crisis, pero no se levanta la emergencia

### Letra de apoyo en el nivel de las finanzas

Por **Urbano BARRERA**, secretario y José Antonio CALZADILLO COLLADO, secretario  
VILLAHERRERA, Jalisco, 27 de octubre. La crisis de la Protección Civil pasó, pero la emergencia no se levanta. Se debe continuar con los esfuerzos para resolver los problemas que persisten.

## Denuncia el PRD a Sergio Infante

### El Comité Ejecutivo Nacional (CEN) del PRD denuncia a Sergio Infante

El Comité Ejecutivo Nacional (CEN) del PRD denuncia a Sergio Infante por haberse involucrado en actividades que no corresponden a su cargo. Se le acusa de haber utilizado su posición para beneficio personal.

## Crédito del BID por 2,000 mdp, para la reconstrucción

### Por **María MENDOZA ROJAS**

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) otorgó un crédito de 2,000 millones de dólares para la reconstrucción de México. Este crédito será utilizado para financiar proyectos de infraestructura y desarrollo social.

## En TEJ FVISA Bajaron 56.9% los gastos de administración

### Mientras que los costos del Grupo se elevan en 6.2%

Mientras que los costos del Grupo se elevan en 6.2%, los gastos de administración bajaron un 56.9%. Esto se debe a una serie de medidas de eficiencia y reducción de gastos.

## PRIMER CIRCULO

Por **José MEZA** página 2

## CARTELERA POLITICA

Por **Angel VIVEROS** página 2

El Partido Acción Nacional (PAN) anunció que se retirará de la campaña presidencial de 1992. Esto se debe a una serie de factores, incluyendo la falta de apoyo popular y la decisión de los líderes del partido.





# PROCESO

## UNAM Tierra sin ley

Los desastres: imprevisión,  
errores, corruptelas

MEXICO • \$20



01199

52485 30101

22-NOV-1989

SEMANARIO DE INFORMACIÓN Y ANÁLISIS 1159 24 de octubre de 1989

**BOMBARDEA RUSIA GROZNY: 32 MUERTOS**

Lanza Moscú intensa ofensiva de misiles contra la casa del líder rebelde Chamil Bassayev, quien logró escapar; grupo armado ejecuta al primer ministro armenio Vasgen Sarkisian y a 7 legisladores.

Pág. 53

**ECONOMÍA**

**EN JAQUE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ NACIONAL**

Dumping de empresas europeas, de EU y ecuatorianas, denuncia la Canasutepca; Startek y Bounle-by, las más deprecadas; entran "gato por liebre".

Pág. 21

**NEGOCIOS**

**IMPULSO DE EL VIEJO AL DESARROLLO DEL NITMO**

Quedó conformada una paracastal que explotará, mantendrá y controlará el tráfico ferroviario en la región; ninguna privatización por ahora: SCT.

Pág. 39

**CONDICIONADA LA COMPRA DE ASARCO**

La adquisición de la totalidad de las acciones del corporativo minero, sólo si GMéxico obtiene préstamos con bancos de EU para cumplir con la oferta de 2 mil 500 mdd.

Pág. 38

**DEPORTES**

**YANKEES CONQUISTA SU 25 SÉRIE MUNDIAL**

Limpia a Braves, al que derrotó 4-1; imminente nominación de "equipo del siglo" para los *bombarderos*.

Pág. 76

**CULTURAL**

**MUERE ALBERTI, UNO DE LOS GRANDES DEL SIGLO**

El último representante de la Generación del 27 dijo adiós a los 96 años en el puerto de Santa María, España.

Pág. 75

**EL SEANORTE**

INFORMACIÓN FINANCIERA		INDICADORES DE COTIZACIÓN	
	Antes	Antes	Antes
IPC	5,128.00	5,142.00	
Índice Bolsa de México	94.00	93.75	
US\$ (PPIE)	16,302.15	16,266.00	
Cambio Petróleo 1 unit	17.40	16.50	
Cambio Oro (Oz) Panamá	17.00	17.75	
PIE 30 días	20,790	18,000	
Valor de la Bolsa	7,625,541	7,627,000	
APÉNDICE CAMBIARIO			
Dólar Venezuela	8.75	9.75	
Dólar Santo Domingo	8.50	8.50	
Dólar (Banco)	8.50	8.50	
Yuro	8.50	10.30	

COTIZACIONES DEL 27 DE OCTUBRE DE 1999

**Cautela monetaria extrema: Banxico**

El Banxico anunció mayor restricción monetaria, vigilancia constante y cautela extrema ante la incertidumbre financiera internacional que, por los resultados en la lucha inflacionaria, podrían parecer efímeras. El gobernador Guillermo Ortiz, confirmó que el dólar cerrará el 2000 en 12 pesos, y las tasas activas serán de 16 por ciento. (V. González)



Guillermo Ortiz (V. González)

Pág. 5



Michel Rocard (Rovinsky)

**Pintoresca democracia en México: M. Rocard**

Los cambios en la democracia mexicana fueron calificados por el expresidente austriaco francés y miembro del Parlamento Europeo, Michel Rocard, simplemente de pintorescos, y comentó que sin el *tipado* y el *deleazo* México perdió una tarjeta de presentación, ante el peso de los "rudimentos" de la competencia democrática. (C. Bravender)

Pág. 70

# El Financiero

Director General: Rogelio Cárdenas • México D.F. • Jueves 28 de octubre de 1999 • Año XIX N° 5289 \$5.00 M.N.

## Prepara la OMC la ruta económica del siglo XXI

- Estados Unidos y la Unión Europea acuerdan plan de trabajo común
- Demandas de países emergentes, incluidas en la ronda del milenio
- México eliminará aranceles a la UE y modificará el régimen a maquiladoras

**D. Estévez / I. Becerril / Agencias**  
**WASHINGTON, DC, 27 de octubre.**— El gobierno de Estados Unidos y la Unión Europea acordaron un plan de trabajo común para hacer frente a la llamada *ronda del milenio* convocada por la Organización Mundial del Comercio (OMC), mientras el gobierno mexicano anunció ajustes a su política tributaria para arraigar al país en la globalización.  
 Al término de una reunión con el presidente William Clinton, el máximo dirigente de la Co-

misión Europea, Romano Prodi, declaró que, a un mes de que lleguen a Seattle los ministros de 134 países para conformar el escenario económico del siglo XXI, se acordó conformar una agenda en la que queden incluidas las demandas de las naciones en vías de desarrollo.  
 Prodi dijo que los países comunitarios y la Casa Blanca tienen objetivos comunes, pero también profundas diferencias en materia de inversiones y, sobre todo, en alimentos transgénicos, tema que definió como "muy sensible" y "muy difícil" para Europa.  
 A la par, un grupo de destacados intelectuales de todo el mundo pidió a la OMC no afectar con ninguna cláusula los avances sociales y la comisión a trabajar en la solución del desempleo.  
 En México la Secretaría de Hacienda anticipó que ante el inminente tratado con la Unión Europea se eliminarán los aranceles aplicables al comercio con ese grupo y las maquiladoras no serán tasadas como establecimientos permanentes.

**CARTERA VENCIDA**  
**BANCA DE DESARROLLO**

1998 exp.  
Fuente: CNBV

**Severa crisis de la banca de desarrollo**

Elvia Gutiérrez

La banca de desarrollo enfrenta una de las crisis más severas, que se caracteriza por el desplome de su financiamiento a la producción y la ampliación de su cartera vencida. Además, los intermediarios comerciales le adeudan mil 150 mdd.

El crédito al sector manufacturero se redujo 7.3% real entre enero y agosto, y los apoyos a la industria de la construcción cayeron 30.2%; con ello los préstamos no pagados subieron 121.9% en el primer caso y 151 en el otro.

más en la 3A

## Cumplir con ofertas, pide Zedillo a aspirantes; encuestas, hechas bolas

Karla Casillas / Víctor Chávez

Empresas dedicadas a medir las tendencias en la consulta interna del PRI realizaron en los últimos 4 meses 216 sondeos de opinión pública en el país y el extranjero, y la única certeza es que no saben quién ganará.  
 Directivos de las encuestadoras Pearson, Berumen, Arcup, Mund, Consulta y Mitovsky coincidieron en que la competencia tricolor es tan cerrada que resulta difícil anticipar el desenlace.  
 Daniel M. Lind, de la consultora Mund, consideró que la diferencia entre el ganador y su más cercano rival será de entre 6 y 8 puntos; en cambio Manuel Barberena, de Pear-

son, dijo que no tiene duda de que Francisco Labastida arrasará.  
 El jefe del Ejecutivo, Ernesto Zedillo, pidió a todos los aspirantes que compiten por la Presidencia cumplir con lo que ofrecen, y reiteró que en ningún momento el presupuesto público será manejado con propósitos electorales.  
 Humberto Roque, de vista en Los Pinos, dijo que Labastida no es candidato de Zedillo, pensó sí del sistema. El responsable del proceso punta, Fernando Guerrero Barrón, reveló que la consulta interna tendrá un costo de 8.7 millones de dólares.

## Abaco-Confía en NL, punta del iceberg de inversiones "sucias"

Pablo Ruiz Meza

El priista Benjamín Clariond Reyes duró sólo 18 meses como gobernador interino de Nuevo León; en ese tiempo inició la entrega de 900 inmuebles estatales a los bancos.  
 Pero su obra fue concluida por el actual gobernador, el panista Fernando Canales Clariond, primo del anterior, quien escudó dichos bienes a la banca y a otros acreedores.  
 Los convenios de "dación en pago" de inmuebles por deuda, entre el gobierno del estado y Serfin, Banorte y Banpaís, muestran que la entrega de las áreas verdes de la Macroplaza de Monterrey a la primera de estas instituciones, es apenas la punta de un gran iceberg.  
 Y parte de las inversiones *off shore* de Abaco Confía fue utilizada en un desarrollo inmobiliario en Atlanta, Georgia, y las entidades listó un grupo de empresarios germanoamericanos, afirmó Ignacio Santos de Hoyos, administrador de la empresa Atlanta Associates, Inc.



# La Jornada

DIRECTOR FUNDADOR: CARLOS PAYÁN VELVER ■ DIRECTORA GENERAL: CARMEN LIRA SAADE ■ MEXICO, D.F. AÑO DIECISEIS ■ NUMERO 5443

Señala y su obra llenaron todo el siglo

## Adiós, Alberti



El poeta, último sobreviviente de la legendaria generación del 27, murió ayer en su natal Cádiz, a los 96 años. La imagen fue capturada durante su visita a la ciudad de México en 1990 ■ Foto: Fabrizio León

HOY JUEVES 28  
DE OCTUBRE DE 1999

### Ligan a panistas y empresarios al fraude de Jorge Lankenau

¡ Financiaron una inmobiliaria con 20 mdd de ahorradores que nunca reembolsaron, según testimonio judicial del industrial Ignacio Santos! ¡ Da una lista de 58 nombres, entre ellos los del diputado Rogelio Sada y de una hermana del gobernador de NL.

Página 1

### Exculpan a los dos granaderos que golpearon a alumnos paristas

¡ "Cumplieron su deber", el dictamen del Consejo de Honor y Justicia de la SSP ¡ ¡ Barnés: montó el PRD plan con intereses extra académicos para pedir mi renuncia! Quien propició el conflicto fue el rector, no nuestro partido: el sol azteca... El emplazamiento de huelga podría prorrogarse hasta enero: STUNAM

Páginas 19 y 41

### Mata comando al premier de Armenia y a 9 funcionarios

¡ El ataque, en el Parlamento! ¡ "Es un golpe de Estado", gritaron victimarios! ¡ Mantienen a por lo menos 50 rehenes

Página 56

### ■ Astillero ■

■ Julio Hernández López ■

■ Mantatan los Amigos de Fox a la estructura directiva blanquiazul

Página 1

\$ 6.00



# ÉPOCA

¡CAMPAÑA CONTRA LA  
MORFONOSIS NO ES EMERGENCIA!

México No. 438 México, D. F., 25 de octubre de 1999

Cuando...

## RECONSTRUYENDO



CARLOS JARQUE ANUNCIA EL ATLAS DE HABITABILIDAD



### UNAM: PREDOMINA LA COLERA

¡Companías por la cautela!  
Inmateca  
Negocios (I)



**MUERE RAFAEL ALBERTI**  
El poeta español falleció la madrugada de este jueves en Cádiz a los 61 años  
Nacional (3A)

**JUAN GABRIEL**  
Está de estreno  
Nacional (10B)

Jueves 26 de octubre  
45-1922  
México, D.F.  
85 Centavos  
7 Secciones  
5 x 10 1/2

# REFORMA

CORAZÓN DE MÉXICO

FALTA

Año 6, Número 117  
a la Reforma con...



## Sufre debilidad financiera, según datos de inteligencia

# Afronta guerrilla crisis y divisiones

**El Ejército Revolucionario del Sur (ERS) sufre una crisis de liquidez que obliga a sus comandantes a recurrir a préstamos y a la venta de propiedades para mantener a flote a sus unidades.**

El Ejército Revolucionario del Sur (ERS) sufre una crisis de liquidez que obliga a sus comandantes a recurrir a préstamos y a la venta de propiedades para mantener a flote a sus unidades. Los datos de inteligencia indican que el ERS enfrenta graves problemas financieros, lo que podría afectar su capacidad de operar en el campo.

Los datos de inteligencia indican que el ERS enfrenta graves problemas financieros, lo que podría afectar su capacidad de operar en el campo. Se reporta que los comandantes están buscando formas de obtener recursos para sus tropas.

Se reporta que los comandantes están buscando formas de obtener recursos para sus tropas. Esto incluye la venta de propiedades y el uso de préstamos. La situación financiera del ERS se describe como crítica.

**LAS PUGNAS**

60%  
Dls. 500 mil

**Secuestros**

Zona de influencia del ERP

**Y ahora... viene el frío**

¡Prepárate para el invierno!

Para el invierno, asegúrate de tener suficiente ropa y calefacción. El frío puede ser peligroso si no estás preparado.



**ASESINAN A PREMIER**

En un intento de golpe de Estado, un grupo de militares asesinó al primer ministro y otros líderes del gobierno.

**OPINIÓN**

Leónidas Márquez (15A)  
Felipe Calderón (16A)  
Guillermo Lozano (17A)  
Enrique Guzmán (18A)  
Miguel Alemán (19A)  
Gonzalo Martínez (20A)  
Rafael Ángel Calderón (21A)

**Estrena Fox equipo de campaña**

**Nuevos 'amigos'**

El equipo de campaña de Fox incluye a nuevos aliados políticos. Estos líderes se unieron a la campaña para apoyar a Fox.

**MANGABEIRA**

**REFUTA LA 'TERCERA VÍA'**

El líder brasileño refuta las acusaciones de que su partido es una tercera vía entre la izquierda y la derecha.

**COLUMBIANAS**

Guillermo Ochoa (15A)  
Alberto Aguilar (16A)  
Alberto Barrera (17A)

**Y EL CALABRO DE 'AMIGOS'** del Comité de la Elección de Primer Ministro y del Comité de la Elección de Segundo Adolfo Aguilar Zinser, en contra del Partido de Cuauhtémoc Cárdenas en 1990.

Con esta vez, el PAN tiene de hecho sus aliados de la campaña. Los datos de inteligencia indican que el PAN ha ganado apoyo de nuevos aliados.

El equipo de campaña de Fox incluye a nuevos aliados políticos. Estos líderes se unieron a la campaña para apoyar a Fox.

El líder brasileño refuta las acusaciones de que su partido es una tercera vía entre la izquierda y la derecha.

Guillermo Ochoa (15A)  
Alberto Aguilar (16A)  
Alberto Barrera (17A)

**NACIONAL**  
ALEJANDRO BENTEZ  
**Enrique Krauze, asesor "ciudadano" de Fox; Lino Korrodi, financiero de Amigos de Fox, fuera del equipo y a punto de abandonar la campaña**



página 7

**NACIONAL**  
SALVADOR GARCÍA SOTO  
**En Veracruz, esperan las primarias del PRI como si fueran inundaciones; así nos estamos preparando, dice Miguel Alemán a CRÓNICA**



página 8

El PRD le ha hecho creer a sectores del gobierno que tiene la sartén por el mango en la UNAM. Que ellos pueden levantar la huelga si les dan la rectoría y se llama a un congreso resolutorio. Pero ese partido no tiene el control de los votos, que se lo demuestran un día sí y otro también. Así, el gobierno ha construido, en el PRD, a un interlocutor imaginario que le va a cobrar todo a cambio de nada. (Esa táctica errónea se usó en la página uno del Menú de Camacho.)

# LA CRÓNICA DE HOY

DIRECTOR GENERAL PABLO HIRIART ANO CUATRO No. 1213 INTERNET: <http://www.cronica.com.mx> \$5.00

TRABAJA.  
AHORRA.  
INVIERTE

# Barnés, obstáculo en la UNAM: Cárdenas

*"Pudiera, con su salida, contribuir a solucionar el problema", afirma*

CARINA BARCIA

Convidamos a Cárdenas, candidato presidencial del PRD, dijo ayer que "es muy probable" que el rector de la UNAM "constituya uno de los obstáculos para una solución" del paro en la institución, y se sumó a los diputados de su partido que piden la dimisión de Francisco Barnés de Castro. Asimismo, advirtió que en una reunión con el rector poco antes de que comenzara el paro, le advirtió que "éste se impones un reglamento de curules" iba a generar un conflicto. ■

Página 6

**En la PGR, 98 denuncias contra paristas; 19 de ellos, plenamente identificados**

JOSE GARCÉS LÓPEZ

Al menos 19 integrantes del Consejo General de Huelga están identificados plenamente en las 98 demandas penales interpuestas ante la PGR contra los paristas. ■

**Pedir mi renuncia, estrategia de un grupo ligado al PRD, dice el rector**

**Ataque al Parlamento de Armenia; asesinan a balazos al primer ministro y a otros seis políticos**



Cuatro ultranacionalistas asesinaron a balazos ayer al primer ministro de Armenia, Vazgen Sargsyan, y a otros seis políticos en un asalto al Congreso de ese país.

foto: AP

**El PRI y diputados de PAN y PRD, contra la congelación del Progreso**

● Estaba previsto, explica Esteban Moctezuma; con ello habrá transparencia en las elecciones, dice

● Inaceptable, afectar a la población necesitada por argumentos políticos: Mario Luis Fuentes

● El panismo se opone a la limitación de la inversión social, asegura Medina Plascencia

Página 3 y 4

**Murió a los 96 años el poeta español Rafael Alberti; con él se va el último representante de la "Generación del 27"**



CULTURA página 14B

**Los Yanquis volvieron a barrer en la Serie Mundial; pasaron sobre los Bravos, obtuvieron su 25° título y son el equipo del siglo**



DEPORTES páginas 27 y 28

CONTENIDO

Fidel Saramiego R.	□ 4
Raúl Trejo Delarbre	□ 5
Ludolfo Paramo	□ 6
Teresa Jardí	□ 8
Luis Fariás Mackey	□ 10
Marco A. Bucio	□ 12
Mario Moigat Adalid	□ 14

LA FUGA DE ALAZRARI Y LOS NERVIOSOS PRIISTAS LAS CINCO OPERAS PRIMAS DEL CINE MEXICANO

# MILENIO

El acento en p...

semanal

**¡Medina  
Plascencia  
también en  
Fobaproa!**

Nuestra empresa  
no fue rescatada,  
reestructuramos como  
deudores responsables.

Depones Miquelena Jimenez: "El presidente Zedillo no manda en la Suprema Corte"  
Los ministros Palafox, Sánchez Cordero, Aguirre Anguiano y Ortiz Mayagoitia:  
"No somos una Corte subordinada a ningún poder ni decidimos por consigna"



# Siempre!

PRESENCIA DE MÉNICO



Fundador: **José Pagés Llergo**

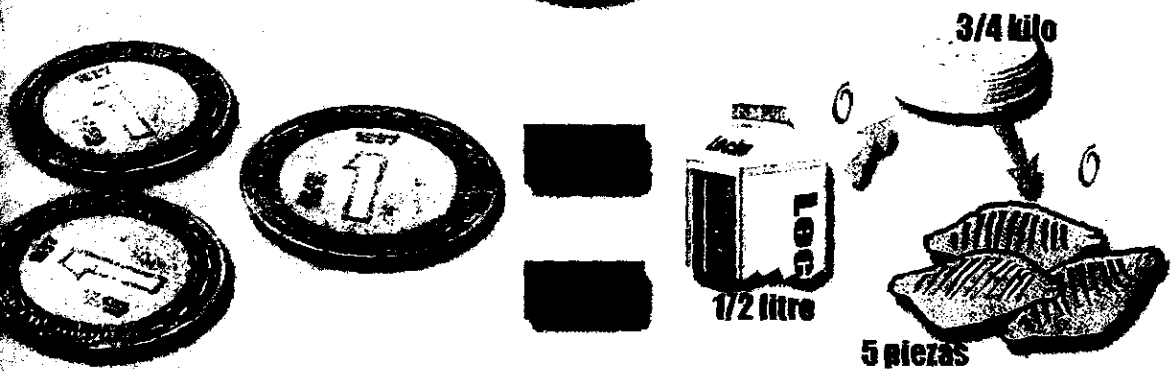
Número 2419 • LXXXVI

Directora General: **Beatriz Pagés Rebollar**

Precio del ejemplar: \$10.00 - USCy \$3.20

Primera Mera

REVISTA DEL PODER  
**La Crisis**  
 SEMANARIO POLÍTICO DIRECTOR: CARLOS RAMÍREZ

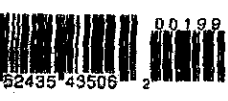


**Crisis de fin de sexenio**

**A bancos: 65,000,000,000.00**

**Aumento salarial: 3.00 diarios**

**pecados capitales de la política económica**



Del 23 al 29 de octubre de 1999  
[www.lacrisis.com.mx](http://www.lacrisis.com.mx)  
[crisis@infolatina.com.mx](mailto:crisis@infolatina.com.mx)

**199 \$10**



BARTLETT: MAS VALE QUE ME TENGAN MIEDO

# IMPACTO

NUM. 2390. 17 DE OCTUBRE DE 1999

Vicente Fox:  
Madrazo, un  
buen negocio;  
Alazraki,  
el candidato

90  
7 83539 79325 7  
\$20.00 US 4.00 DLS

nexos.com

La policía: Corrupciones comparadas

# nexos 262

OCTUBRE 1999

sociedad • ciencia • literatura

\$ 25.00

## El imperio de la ilegalidad

Todos ilegales • 68/99: La UNAM entre dos presidentes •

Las leyes del narco • El deterioro de las instituciones • Crimen e inestabilidad

Peter Sloterdijk  
*Patria*  
y globalización



Alexis de Tocqueville  
*Memoria*  
del pauperismo

• Gratis •  
Cómo crear su propia imagen

00262

9 770185 153105