



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES "ACATLÁN"

UN UNIVERSITARIO EN LA PRENSA REGIONAL DEL MUNICIPIO DE ECATEPEC, ESTADO DE MEXICO



MEMORIA DE DESEMPEÑO PROFESIONAL QUE PARA OBTENER EL TITULO DE: LICENCIADO EN PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA PRESENTA: CARLOS SERGIO RIVERA VALLES



No. C. 7839318-1

278054

ABRIL DEL 2000



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.

Dedicada a mis amigos Bertha Avila Castillo, Juan Pablo García Vallejo, a mis maestros de toda la carrera y a mis abuelos Socorro y Felipe, que viven en mi memoria.

ÍNDICE

Introducción	2
---------------------------	----------

CAPITULO 1

Planteamiento del problema: la prensa regional y su importancia en lo teórico; el deber ser.

1.1. Condiciones concretas del municipio de Ecatepec de Morelos.	6
--	----------

1.2. El deber ser y el verdadero ser el periodismo regional....	12
--	-----------

1.2.1. La relación del ayuntamiento de Ecatepec con los comunicadores.	13
--	-----------

1.2.2. La prensa local de Ecatepec entre la inanición y lo abyecto.	14
---	-----------

CAPITULO 2

El acceso del profesional al medio de trabajo. Un caso de prensa regional en época de crisis económica.

2.1. El periódico local ACONTECER en el momento del ingreso del profesional.	20
--	-----------

2.1.1. La transformación de ACONTECER del periodismo escolar al profesional; nuevos compromisos; aspectos económicos.	30
2.2. Funciones del profesional en el periódico local.	36
2.3. La sección cultural de ACONTECER la TINTA SUELTA.	47
2.4. ACONTECER de proyecto escolar a empresa individual.	51
Anexo del área geográfica de influencia del periódico ACONTECER.	60

CAPITULO 3

La prensa regional y sus relaciones con el poder vistas por el profesional.

3.1. Prensa regional y sociedad.	67
3.2. La dirección de comunicación social del ayuntamiento de Ecatepec como censura y mediadora de los medios de comunicación.	70
3.3. La gacetilla como publicidad enmascarada de noticia.	75

CAPITULO 4

Los valores profesionales del periodista local.

4.1. Características de la información y el reportero local.	81
4.2. Los periodistas locales y el miedo a los números.	87
4.3. El amarillismo en la prensa local.	90
4.4. Los peligros de la prensa local.	95
Recomendaciones y sugerencias para la editorial ACONTECER.	100
Proyecto para la edición de un periódico condominal en la editorial ACONTECER.	100
Conclusiones generales.	122
Bibliografía	128

" Los periodistas, como combatientes sin relevo, quisiéramos vivir y morir con el uniforme de campaña puesto, y el fusil humeante entre las manos. Y para nosotros ser significa publicar, hacernos oír, ya sea desde una gran cadena de periódicos o desde una modestísima revista provinciana y hasta una simple hoja volante". Manuel Buendía

INTRODUCCIÓN

Me decidí tocar el tema de la prensa regional en el municipio de Ecatepec por la escasa investigación que existe sobre el tema y por la necesidad de información en todos los ámbitos relacionados con el periodismo profesional; asimismo, pese a la gran cantidad de egresados (80 mil estudiantes en los ciclos escolares recientes)¹ de esta carrera en varias escuelas y universidades a nivel nacional, existe poco interés por el quehacer periodístico en este municipio mexiquense.

La experiencia profesional que este egresado de la Escuela Nacional de Estudios Superiores (ENEP) Acatlán ha adquirido en periódicos semanales que se encuentran en Ecatepec, Estado de México y en diarios nacionales ha servido de manera primordial para la realización de esta memoria profesional.

En ese trabajo, se pondrá en claro si los grupos de poder (políticos, empresarios, terratenientes, partidos políticos, asociaciones civiles y el clero) en Ecatepec utilizan canales formales o informales para imponer sus intereses específicos. Se intenta responder a la pregunta de

¹ Diálogos de la Comunicación. No. 31. México D.F. Editado por FELAFACS. 1995. p. 15.

hasta que punto repercute esa influencia sobre la política de los contenidos de la prensa local y si esa influencia limita en el municipio la libertad de información y de opinión.

Asimismo, se buscará señalar los obstáculos que el egresado de la ENEP Acatlán encuentra al ingresar al campo profesional del periodismo escrito; las vicisitudes y las inercias negativas que tienen que romper para desempeñar, con ética y verdadero profesionalismo su trabajo periodístico.

Desarrollo esta memoria profesional como uno de los iniciadores del periódico local semanal ACONTECER (1985-1996); las fuentes en su mayoría, son de primera mano por las vivencias acumuladas a lo largo de 10 años y más de 350 ejemplares del periódico tabloide.

El periodismo de nuestra área de estudio en Ecatepec atraviesa por una de las peores crisis económicas de las que se tenga memoria, lo anterior no solamente se debe a la inestabilidad financiera, sino también por una severa falta de imaginación y preparación académica de los periodistas de esta zona.

Existe una grave autolimitación profesional que impide la superación de los reporteros; se estima que en Ecatepec circulan en promedio unos 300 medios impresos, diarios, semanarios, catorcenales, quincenales, mensuales, bimestrales, "católicos" y dependiendo de la época "electoreros", que no cumplen una labor social en la

comunidad y muchos de ellos hacen de la extorsión su modo de vida.

Ecatepec es mi zona de estudio debido a que se trata de una región sumamente poblada (tres millones de habitantes) y que forma parte fundamental en la planta industrial de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México (ZMCM) lugar llamado por los especialistas, como ciudad "dormitorio" a consecuencia del flujo continuo de sus pobladores hacia el Distrito Federal y demás municipios conurbados para llegar a sus centros de trabajo; además, pese a su importancia demográfica e industrial, Ecatepec es el bastión fundamental en épocas de elecciones de gobernantes por la gran cantidad de distritos, razón por la cual se ha clasificado como "laboratorio electoral".

Las palabras pronunciadas por el periodista Rubén Pérez Mena del periódico local SATURNO, revelan el sentir del gremio de la entidad en el entendido de que el periodismo regional ha estado sujeto a importantes compromisos que en gran medida, anulan sus potencialidades.

"La tarea del comunicador es inducir en lo cotidiano, en lo inmediato a nuestros ciudadanos. Por ello, el periodismo regional recoge el acontecer diario, de sus diversos núcleos sociales, sus valores, tradiciones, proyectos e intereses comunes. De esta manera, las preocupaciones de los ciudadanos, las manifestaciones de poder de los diversos

grupos políticos que actúan en las regiones, las necesidades de los colonos, la problemática diaria de los vecinos, los sentimientos de nuestros lectores, es parte del trabajo del verdadero periodismo regional."

El periodismo regional debería de cumplir en teoría una función más cercana al lector, con esos lectores que fungen en el papel de actores sociales que por insignificantes que parezcan, escriben día a día la historia de nuestras comunidades con su participación y deseos de cambio y desarrollo. Señalo errores y apporto soluciones de problemas reales, como una pequeña contribución al periodismo de Ecatepec.

CAPITULO I.**PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA: LA PRENSA REGIONAL Y SU
IMPORTANCIA EN LO TEÓRICO; EL DEBER SER.****1.1. CONDICIONES HISTORICAS Y CONCRETAS DEL MUNICIPIO DE
ECATEPEC DE MORELOS.**

Los arqueólogos afirman que en el año de 1165 llegaron los futuros fundadores de Tenochtitlán a Ecatepec que estuvo subordinado a Xaltocan hasta el año de 1280 en que fue sometido a su dominio por los cuautitlanecas.

Para el año de 1320 Ecatepec cayó bajo el dominio de Tenochtitlán, para el año de 1507 era tlatoani de de este lugar el señor Tolnahuac y en 1519 gobernó Huatzin o Panitzin, después de la caída de Tenochtitlán, Ecatepec fue uno de los lugares que tomó para sí en encomienda Hernán Cortés ; pero en 1527 la asignó a Leonor Moctezuma, como dote y arras por haberse casado con Juan Paz.

En 1593 los hermanos Fernando y Cristóbal Sotelo Moctezuma llegaron a un arreglo sobre la encomienda. Después de pleitos jurídicos, San Cristóbal Ecatepec, llegó a ser encomienda de Leonor Zúñiga y Ontiveros, en cuyo favor resolvió el Consejo de Indias en 1682.

En 1600 San Cristóbal era un pueblo que estaba dividido en tres barrios : Calpolpan, Tezcacohuac y Ticomán ; contaba con cuatro ermitas : El Calvario, Santa Catalina, San Diego y San Juan Bautista.

Contaba Ecatepec con un alcalde mayor y un gobernador de naturales, había alcaldes en cada uno de los pueblos de la jurisdicción; este municipio es recordado históricamente por el fusilamiento de José María Morelos y Pavón por el gobierno español el 22 de diciembre de 1815, después del juicio que se le siguió en la ciudad de México.

Por otra parte, el actual edificio que ocupa la Presidencia Municipal fue inaugurado en febrero de 1969 por el entonces Presidente de la República, Gustavo Díaz Ordaz, el gobernador mexiquense de esa época fue Juan Fernández Albarrán y el presidente municipal Rafael Quezada Ramírez².

Con una superficie de 186 kilómetros cuadrados, Ecatepec alberga, según el Bando de Policía y Buen Gobierno, 343 comunidades de las cuales 215 son colonias, 101 fraccionamientos, seis pueblos, tres rancherías, 11 barrios y una ciudad.

Este municipio está catalogado en tercer lugar en su población en la República Mexicana y el segundo más grande después de Nezahualcóyotl; colinda al norte con el municipio de Tecámac, al oriente con Acolmán y Atenco, al poniente con

² Ayuntamiento Constitucional de Ecatepec de Morelos, San Cristóbal Ecatepec. 1996. pág. 3.

los municipios de Tlalnepantla, Coacalco y con el Distrito Federal y al sur con Nezahualcóyotl.

El ayuntamiento de Ecatepec es el cuatro en importancia en el Estado de México, con una aportación del 8.7 por ciento al Producto Interno Bruto (PIB) de la entidad. Entre las principales industrias de Ecatepec destacan: Jumex, Fud, La Costeña, Almexa, Sonoco, Polaquimia, entre otras.

En el rubro del comercio, Ecatepec cuenta con una gran cantidad de establecimientos de esta naturaleza y se expenden artículos de primera y segunda necesidad. Se cuenta con 16 tiendas de autoservicio como Gigante, Comercial Mexicana y Aurrerá, por mencionar sólo algunas.

En el municipio existen un promedio de 15 mil 800 establecimientos comerciales que se dedican a la preparación de alimentos, reparación de vehículos, aparatos eléctricos, distribución de comestibles, entre una gran variedad de servicios.

Ecatepec ha presentado durante los últimos años un desarrollo urbano explosivo; lo anterior como consecuencia de su cercanía con el Distrito Federal y el alto índice migratorio que presenta.

La mancha urbana ha crecido de tal magnitud que casi ha extinguido las zonas agrícolas; paradójicamente existe un déficit de 225 mil viviendas en el municipio.

Según proyecciones municipales, el 10 por ciento no cuenta con agua potable, el 15 por ciento no tiene drenaje, el 45 por ciento carece de alumbrado público y el 30 por ciento no posee servicio de electrificación.

En virtud del asentamiento de nuevas comunidades irregulares que solicitan ser reconocidas, se calcula que el 30 por ciento de los predios que se encuentran habitados poseen una situación de "paracaidistas". Para dar una idea de las condiciones económicas en que vive la mayoría de los 3 millones de habitantes de este municipio, el ex gobernador Emilio Chuayffet Chemor, señaló sobre Ecatepec en una de sus giras de trabajo: "En Ecatepec viven los pobres de los pobres".

Este municipio es importante por su industria, desde mediados de la década de los años cincuenta, el sector industrial ha adquirido gran importancia dentro de la economía mexicana, merced al decreto presidencial de 1952, mediante el cual el entonces Presidente de la República, Adolfo Ruiz Cortínez, decretó la descentralización de la industria del D. F. al área metropolitana.

De las más de 14 mil empresas que existen en el municipio de Ecatepec, cuenta con 800 grandes industrias y durante el trienio 1993-1996 se construyeron 175 microindustrias.

El dinamismo económico del Estado de México se concentra principalmente en cuatro de sus 121 municipios : Tlalnepantla, Naucalpan, Cuautitlán Izcalli y Ecatepec, que aportan conjuntamente el 62.5 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) del Estado.

Los rubros más dinámicos de la industria local son: productos alimenticios, bebidas, tabaco, textiles, prendas de vestir e industria de cuero. Otros subsectores de gran importancia los constituyen la industria de madera, sustancias químicas, productos derivados del petróleo y del carbón, de hule y plástico.

En lo que se refiere a empleo, la industria textil, por ser una industria que trabaja en forma intensiva, constituye en mayor medida en la absorción de la mano de obra así como la de sustancias químicas.

En lo que se refiere al comercio, existen grandes establecimientos, como el pequeño, y los ambulantes, que forma parte de la economía informal. El pequeño comercio es el más abundante dentro del municipio, y aunque desordenado, se encuentra una amplia gama de comerciantes y prestadores de servicios que constituye un importante soporte de la economía municipal.

Cabe destacar, sin embargo, que gran parte de los conflictos políticos que se suscitan en Ecatepec, se deben en su mayoría, a la falta de provisión de servicios públicos,

provocada por la explosión demográfica y por los asentamientos humanos en forma irregular.

Las tendencias demográficas y de desarrollo económico indican que Ecatepec presenta un proceso acelerado de tránsito de una sociedad rural a una industrial y urbana, aunque con una creciente presencia del sector servicios en la economía.

1.2. EL DEBER SER Y EL VERDADERO SER DEL PERIODISMO REGIONAL.

El deber ser del periodismo regional se centra en el respeto a la diversidad ideológica para buscar el respeto a los derechos humanos, tan elementales como la expresión e información de la sociedad.

También es importante: "la defensa de los derechos laborales, la seguridad social y otras prerrogativas de la ley, la profesionalización del gremio, el fin de la represión a los medios o a sus reporteros, la revaloración del trabajo de los fotógrafos de prensa, y dignificar el ejercicio periodístico"³.

Otro de los buenos propósitos del reportero local es el término de adulaciones a los funcionarios para satisfacer su ego y dejar de doblegarnos dócilmente a sus designios; no dejarse llevar por el chantaje, la corrupción, la represión física y laboral.

"Por que antes que nada, los periodistas podemos perder todo menos la dignidad y el espíritu de servicio a la sociedad a la cual nos debemos"⁴.

La prensa local de Ecatepec atraviesa una severa crisis, a lo largo de décadas se sustentó en subsidios de los gobiernos municipales a través de desplegados, gacetillas y

³ Juan H. Hernández. ACONTECER. México. No. 218. Julio de 1995. Pag. 3.

⁴ Idem.

demás publicidad política- pero siempre careció de su mercado natural: los lectores.

Lo anterior se debe a un sometimiento paulatino de los medios de comunicación y de los periodistas al poder y al gobernante en turno. También a la relación de los grupos políticos, la pugna por la detentación del poder y el negocio de mucha gente que se dice periodista y no lo es.

Antes que el ejercicio de la libertad de expresión, está la relación entre los políticos y periodistas tratando de arreglar asuntos que no tienen que ver precisamente con la información, sino con la economía del comunicador.

La época más difícil del periodismo local de Ecatepec fue el primer semestre de 1995, como en el resto del país en que fueron despedidos 4 mil trabajadores de los medios de comunicación y una docena de periódicos tuvieron que cerrar sus puertas.

1.2.1. LA RELACIÓN DEL AYUNTAMIENTO DE ECATEPEC CON LOS COMUNICADORES.

En el municipio de Ecatepec hubo una escasez de pequeños periódicos porque sus dueños no tenían capacidad económica para imprimir sus reducidos tirajes; otros "periodistas" mandaban imprimir unos cuantos ejemplares para

cobrar sus facturas por concepto de publicidad en el ayuntamiento de Ecatepec, dinero pagado a éstos con los impuestos públicos.

Los medios de comunicación impresos en este municipio fueron particularmente susceptibles a las alzas de papel. Para los años de 1994-1995 la Productora e Importadora de Papel (PIPSA) incrementó sus costos en su materia prima en un 224 por ciento.

Los editores y los trabajadores de los medios de comunicación calificaron a la crisis como la más grave en las últimas décadas; y el ciclo recesivo 1990-1995 del mercado del papel. Además el precio de los diarios se incrementó al 50 por ciento y las tintas subieron 150 por ciento.

De esta manera, la tonelada métrica de papel prensa costaba 469 dólares en 1994, y para enero de 1995 aumentó a 552; para marzo de ese año llegó a costar 600 y en mayo ascedió a 675 dólares.

1.2.2. LA PRENSA LOCAL DE ECATEPEC ENTRE LA INANICIÓN Y LO ABYECTO.

En el Estado de México la situación fue grave para los más de 500 diarios y revistas que circulan con regularidad, debido a la insolvencia financiera de la administración del gobernador interino, César Camacho Quiroz, ya que no ha podido saldar la

herencia del ex gobernador y ex secretario de Gobernación, Emilio Chuayffet, por concepto de inserciones pagadas en decenas de publicaciones, deuda que ascendía a 800 millones de pesos"⁵.

Los periodistas locales de Ecatepec y del resto del Estado de México no reciben ganancia por la venta de sus medios, ya que los regalan (de mano a mano) a los burócratas y funcionarios de los ayuntamientos y solamente un 10 por ciento de financiamiento lo adquieren por medio de publicidad comercial, el 90 por ciento restante, es de inserciones pagadas de los diferentes municipios que recorran con sus publicaciones.

Los también llamados "periodiqueros" no viven del quehacer periodístico sino que tienen profesiones alternas que van desde choferes de transportes colectivos, mecánicos o más frecuentemente venden las fotografías que toman a los funcionarias municipales en actos públicos, razón por la cual han recibido el sobrenombre de "peseteros".

La misma prensa local de Ecatepec ve con horror a su propio gremio: "Para los pseudoperiodistas sólo cuentan sus intereses personales, venden credenciales a toda clase de sujetos : hojalateros, mecánicos, fotógrafos de iglesia, billeteros, microbuseros, verduleros, carniceros, al mejor postor como taúres o lenones".

⁵ Enrique Salazar. Revista MIRA. 2 de octubre 1995. Pag 14.

Su modus vivendi es a base de recibir dádivas, embutes, chayotes, son editores de la mentira que emiten los comunicados oficiales o boletines de todas las oficinas de prensa y muchos de ellos son bastante conocidos ", entre ellos el Sr. Ochoa o por sus sobre nombres: "El Pajarito", "El Chiquilin", "Los Crinolinos", "EL Perro", etc⁶.

La aguda crisis de los periódicos locales llamados despectivamente "católicos"- porque salen cada que Dios quiere- se debe primordialmente a que parten de un principio de interlocución con el poder, no así con la sociedad. Sin la ayuda del ayuntamiento no podrían sobrevivir.

Decenas de reporteros empíricos recorren las oficinas de prensa y visitan a funcionarios públicos en busca de la publicidad que servirá para el próximo minitiraje de su publicación; los reporteros locales no se avocan a la búsqueda de la información, sino se convierten en agentes de publicidad de sus pequeños medios carentes de interés para el ciudadano común, que le interesa poco las obras de relumbrón de los "licenciados" - a todos los funcionarios públicos se les denomina así por el hecho de ocupar un cargo municipal, aunque no lo sean profesionalmente - sin embargo, es poco común que estos medios lleguen a la población y su

⁶ Anselmo Solís R. EL HALCÓN INFORMATIVO. Julio de 1997. p. 5.

circulación en la práctica es únicamente en los ayuntamientos.

Los egresados de la carrera de periodismo que arriban a la prensa local con ánimo de poner en práctica sus conocimientos, se topan con la exigencia de los directores generales, de allegarse publicidades de los partidos políticos y presidencias municipales.

Además es común en el municipio de Ecatepec encontrar pseudoperiodistas que se dedican a "pasar la charola"- pedir dinero- a los comandantes de policía municipal, funcionarios; la venta de credenciales metálicas de prensa conocidas como "charolas" y el regenteo de bares.

El director general del ACONTECER (semanario objeto de estudio de la presente memoria), Mario Flores Gutiérrez, es primo de Fernando y Lidio Gutiérrez los cuales son "periodistas" que editaban los medios "católicos" Notinacional y Lema a partir de los años ochenta establecieron una mafia en Xalostoc que les permitía el tráfico de influencias a través de comandantes de policía municipal, funcionarios del ayuntamiento de Ecatepec, lo cual sirve a los Gutiérrez y sus "reporteros" para el lucro por medio de la venta de credenciales metálicas de prensa, extorsión a policías venales y el regenteo de un cabaret.

En muchos casos los egresados universitarios al conocer la problemática local reaccionan con frustración: "No

queremos haber completado una carrera universitaria para terminar como vendedores de publicidad en un periódico local"⁷.

El futuro periodista se encuentra en la disyuntiva de ser un boletínero o un profesional con ideas propias, que respetándose, aporte a una verdadera redacción su mejor capital, que es su propia preparación.

El periodista Mario Munguía "Matarili" clasifica de la siguiente manera a los reporteros locales: "En el área metropolitana de la ciudad de México es común encontrar personas que devalúan el quehacer periodístico haciéndose pasar como reporteros, pero en realidad son piratas y aventureros del periodismo.

"Estos reparten hojitas y piden dinero a los comandantes, tanto en Neza como en Ecatepec se tira una piedra y le cae a un periodista o a un policía. Su presencia da pena porque nada más se cuelgan la camarita y dicen que son fotógrafos, y a todos les encanta traer en sus carros chocolates las charolas de prensa del Amanecer de San Quintín y todo eso ha venido a crearse el descrédito de ellos mismos"⁸.

Los editores locales de Ecatepec se quejan de la discriminación que hacen de ellos los jefes de prensa del

⁷ Semanario Acontecer No. 228. Julio de 1996. Pág. 7.

⁸ Idem.

ayuntamiento en relación a los diaristas, y manifiestan que es difícil vivir de publicidad oficial ya que estas son muy espaciadas y hasta un año tardan algunos municipios en pagar. Bajo el anterior contexto, encontraremos un periodismo en Ecatepec bastante limitado, con pocas aspiraciones de mejoría y principalmente, con un alarmante alejamiento de su objetivo principal: el lector.

CAPITULO II.

ACCESO DEL PROFESIONAL AL MEDIO DE TRABAJO

2.1. EL PERIODICO LOCAL ACONTECER EN EL MOMENTO DE INGRESO DEL PROFESIONAL.

*"Pero febrero me hizo temblar.
Con Cada periódico que repartía,
Malas noticias al pie de la puerta,
Ya no pude continuar.
No pudo recordar si lloré".
(De una rola de Don Mac Lean)*

El periódico ACÓNTECER surge como una inquietud de un grupo de jóvenes pasantes de la carrera de periodismo y comunicación colectiva de la ENEP Acatlán en noviembre de 1985.

El periódico semanal ACONTECER es una experiencia y un esfuerzo de periodismo regional en el municipio de Ecatepec de Morelos, Estado de México.

En la decena de años de existencia de este medio de comunicación se ha procurado cumplir con el compromiso social que tienen los medios de comunicación impresa con la sociedad: la búsqueda de la verdad; el ejercicio de la libertad de expresión; el derecho a la información; la tarea

firme de contribuir a configurar una opinión pública madura y activa y la intención de participar en los procesos y transformaciones sociales que vive la sociedad mexicana en el fin del siglo.

Las circunstancias de la creación del proyecto son: la escasez de trabajo en los medios de comunicación y la posibilidad de que este semanario coadyuvara a lograr una experiencia profesional que se requiere, como requisito para ingresar a un periódico de prestigio y con remuneración económica.

La creación del pequeño periódico (noviembre 1985) se realiza en un departamento de la Unidad Tlatelolco, propiedad de los padres del compañero Jaime Eduardo García, en donde nos reuníamos una docena de egresados de la ENEP y al igual que hoy, la crisis económica y el creciente desempleo de los jóvenes egresados de la UNAM era uno de los temas recurrentes.

Nueve alumnos conformaron la base de lo que más tarde sería la editorial ACONTECER: Mario Flores Gutiérrez, Eulalio Victoria Reyes, Juan Pablo García Vallejo, Reyes Morales Rico, Jaime Eduardo García Cruz, María de los Angeles Noriega, Odilón Alvarado Montiel (q.e.p.d), Roberto Romero Aguilar y Carlos Sergio Rivera Valles.

En un ambiente de camaradería los exalumnos de la ENEP practicaron los géneros periodísticos como: artículos,

columnas, crónicas y reportajes. Los combativos textos contra el neoliberalismo fueron enviados a la Impresora Editora Latinoamericana, ubicada en Doctor Lavista No. 9, colonia Doctores.

En el proyecto escolar puesto en práctica, ninguno de los compañeros contábamos con sueldo y nuestro pago era ver nuestros nombres impresos en el papel.

Por tener conocimiento de los trámites legales para dar vida a una publicación y por su financiamiento, fue Mario Flores Gutiérrez, quien radicaba en Xalostoc, municipio de Ecatepec, quien se dedicó a ello.

El ocho de noviembre de 1985 la Dirección General del Derecho Del autor de la Secretaría de Gobernación otorgó el certificado de licitud No. 2937, con certificado de contenido No. 4792 con periodicidad mensual, ambos asignados por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas.

Al proyecto de los egresados se sumaron otras personas, que por medio de sus colaboraciones hicieron sentir el entusiasmo en el periódico local tabloide de 12 páginas, mil ejemplares y distribución gratuita entre la burocracia de la delegación Gustavo A. Madero, los ayuntamientos de Ecatepec, Naucalpan, Nezahúacóyotl, Texcoco, donde era catalogado, por sus ataques al modelo neoliberal, del entonces presidente Miguel de la Madrid Hurtado, como periódico de "izquierda".

En el último trimestre de 1985 aparece el primer ejemplar del periódico ACONTECER, del que los exalumnos pensaban revolucionaría el periodismo local de Ecatepec por su actitud crítica a la naciente política neoliberal aplicada en suelo mexicano.

"El convenio firmado (por el gobierno de Miguel de la Madrid) no resuelve los problemas económico a largo plazo, sólo los alletarga y deja el paquete para el próximo sexenio con una deuda, la más grande del mundo, calculada en 111,080 millones de dólares"⁹.

Asimismo, las crónicas de los terremotos del 19 y 20 de septiembre de 1985 estaban llenas de color y dramatismo: "El 19 de septiembre de 1985 al igual que la conquista de la Gran Tenochtilán, raudos jinetes y sus corceles irrumpían la paz de la ciudad de México para dejar una estela de dolor y muerte a sus habitantes..."¹⁰.

No podía faltar el collage de rock y la cultura en el esquema del nuevo medio, temas con que todo universitario se identifica. "Breve historia del hoyo fonky. El rock de la cárcel y todos a la cárcel, al compás de la represión"¹¹.

Estimulados por la entrega de grandes credenciales con el logotipo del periódico: un indígena del cual sale una ematopeya de su boca, y plasmados en el metal los artículos

⁹ ACONTECER No. 3. Pág. 8. Agosto 1986.

¹⁰ ACONTECER No. 25. Pág. 2. Julio de 1987.

¹¹ ACONTECER No. 34. Pág. 8. 20 de enero de 1988

sexto y séptimos constitucionales en pequeñas letras y ocupando totalmente una hoja de lámina con letras gigantes la palabra PRENSA.

Con esas credenciales que en el argot periodístico se les llaman "charolas", tres grabadoras y cuatro cámaras fotográficas a solicitud de préstamo de parientes y amigos, los egresados salen a las calles con el entusiasmo a flor de piel, con el propósito de realizar un nuevo periodismo independiente y crítico, inspirado en los profesores universitarios, en especial de Víctor Roura y su periódico LAS HORAS EXTRAS, ya desaparecido.

Las cuotas de recuperación por la venta del periódico eran insignificante (a la fecha son inexistentes) y Flores Gutiérrez, gracias a la situación económica solvente de su padre, podía financiar el tiraje del periódico de mil ejemplares que eran distribuidos de mano en mano a los burócratas por parte de los compañeros, empero, el medio nunca llegó a su destino natural: a la opinión pública de la comunidad.

Sin embargo, lo que en principio fue un excelente esfuerzo periodístico hecho por los egresados, pronto derivó en una tarea gris y sin continuidad, debido a la falta de incentivos económicos para sobrevivir.

La mayoría de los compañeros desconocían la problemática local de los ciudadanos en los municipios mexiquenses, razón

por la que se abocan solamente a temas nacionales, inspirados de periódicos de cobertura amplia (UNOMASUNO, LA JORNADA). Ejemplo del periódico número 3, del 15 de enero al 15 de febrero de 1986.

Nota principal, se destaca una nota a nivel nacional "SLP: Nava puso una vez más en jaque al gobierno"; en portada otra nota de provincia, esta vez es Mexicali: "Hay avances y logros positivos, pero también hay que reconocer iniciativas y limitaciones: De la Madrid".

Tercero; la línea del periódico se volvió ambigua ya que coexistían las notas radicales como también los elogios a políticos locales, producto esto último, de las primeras gacetillas publicitarias con la factura de inserción pagada por el municipio de Ecatepec.

En el número 8 del mes de agosto de 1986, una cabeza de contraportada decía: "La ley es bien culera valedor", firmada por Odilón Alvarado Montiel; en la página tres, nota sobre la "Marcha de reconocimiento al gobierno municipal que preside Gilberto Casillas Guajardo", fechada en Cuautitlán México.

En cuarto lugar, era incipiente la información propia producto de reportear, debido a la inexperiencia de los jóvenes y su trabajo se resumía a asistir a marchas de organizaciones independientes del Distrito Federal, para hacer las crónicas correspondientes.

Pronto se perdió el interés de recoger el tiraje del periódico en la imprenta de Dr. Lavista, en donde asistíamos los compañeros a bordo de un automóvil propiedad de Flores Gutiérrez.

Las reuniones de trabajo para analizar el caleidoscopio de sucesos políticos, sociales y económicos de la vida nacional vistos desde las perspectivas socialistas y los más radicales, desde el punto de vista anarquista, estaban fuera del contexto de la problemática local del municipio de Ecatepec.

En 1986 los integrantes de ACONTECER tienen contacto con un grupo de jóvenes anarquistas que editaban la revista LA GUILLOTINA; la línea editorial de ésta última era crítica al sistema y se identificó con los compañeros del periódico local. Se realizaron reuniones para el intercambio de ideas y experiencias; se exaltó el ánimo de los compañeros.

De esta manera "La Casa Vieja" hogar y oficina donde se redactaba LA GUILLOTINA, yuxtapuesta a la avenida Gustavo Baz en Ciudad Satélite era el cenáculo de los periodistas en ciernes.

El intercambio de tópicos y la ayuda de los compañeros guillotinos que tenían una publicación mucho más elaborada y de calidad, con una línea editorial y política bien definida, fue somera, pero influyó de manera definitiva en la creatividad periodística del suplemento cultural de

ACONTECER, "La Tinta Suelta", la cual por su importancia merece mención aparte.

El proyecto de un nuevo periodismo local, para la mayoría de los egresados en principio, se tomó con entusiasmo, empero, al paso del tiempo se tornó frustrante, por el hecho tratarse de un trabajo sin paga y sin el estatus ya, de ser estudiantes universitarios, lo que obligó a muchos de ellos a recorrer derroteros diferentes al periodismo para poder subsistir.

Mario Flores Gutiérrez continuó con la publicación mensual gracias al apoyo económico de su padre Pablo Flores Martínez, quien estaba compenetrado con el negocio del transporte de carga.

Para 1987, los ex alumnos continúan con sus oblicuas colaboraciones periodísticas con temas políticos, rock y de cultura, pero para muchos de los integrantes de este medio no reparan en un aspecto: la economía del periódico.

La publicación mensual constaba de mil ejemplares (hasta 1996 aumentó 500 ejemplares más, para fines comerciales se manejaba artificiosamente la cantidad de 5 mil) que se distribuían - continúa la misma tónica- gratuitamente de mano en mano en las oficinas de gobierno de los municipios y dependencias oficiales de la Zona Metropolitana del Estado de México.

La distribución del periódico (como los demás medios locales) tiene varios inconvenientes: dos personas lo distribuyen con retraso de hasta dos días; los burócratas que lo reciben lo tiran a la basura o lo guardan para el "kilo", término que significa venderlo por grandes cantidades para el reciclaje; no llega a las comunidades de los municipios en donde debería informar de los problemas más importantes de la localidad a la ciudadanía.

La insistencia del director, por dar a conocer el periódico ACONTECER en el ayuntamiento de Ecatepec, obedece a intereses mercantiles. Germina la idea de abrir una editorial y necesita darse a conocer para atraer a los futuros clientes.

Empero, en un principio la entrada del medio al ayuntamiento entre una multitud de periódicos locales, que se disputan la publicidad oficial no es una tarea fácil.

Como lo menciona Fraser Bond, "la prensa debe ser independiente; para ser independiente necesita sostenerse por sí misma, obtener utilidades sin subsidios. No puede servir bien al público que lo apoya si tiene cola que le pisen"¹².

A pesar de la insistencia del director, Flores Gutiérrez, por introducir el medio solo en la Presidencia Municipal de Ecatepec y con ello ganarse el derecho a la publicidad, logra sólo una inserción pagada, por el entonces

¹² Bond Fraser. Introducción al periodismo. México. Ed. Limusa. 1986. Página 19.

jefe de prensa y comunicación social, Luis Albarrán Hernández, lo anterior durante el trienio del alcalde Raúl Vélez.

De esta manera, en el ejemplar número 9, de septiembre de 1986, en la página 6, se plasma la primera gacetilla pagada con fotografía del municipio. "Con austeridad y alegría se conmemoran las fiestas patrias en Ecatepec".

Los destinos naturales del periódico local eran: los habitantes del municipio; partidos políticos de oposición; población estudiantil y las nacientes asociaciones civiles de colonos. Sin embargo, estos fueron abandonados en pos de una información y distribución del periódico del ámbito oficial localista.

En la etapa de conformación, ACONTECER no cuenta con oficinas, la casa del editor sirve como referencia en el directorio: Av. Cuauhtémoc No. 41 Planta Alta, col. Cuauhtémoc Xalostoc, Ecatepec Estado de México.

No se contaba con un lugar privado para reuniones de trabajo, (fue hasta 1989 cuando el director renta un pequeño cuarto que se acondicionó como oficina en la colonia Lindavista en el D.F.).

En su primera etapa ACONTECER es diferente de los demás periódico locales en lo siguiente: su línea editorial no es comercial ni propagandística; no se trasmite o exalta la

imagen de políticos, es ejercicio periodístico sin ningún interés comercial.

Para 1988, el 95 por ciento de los jóvenes que participaron en el proyecto inicial habían desertado de las colaboraciones al periódico, y se enfilaban a trabajos remunerados en los medios de comunicación y la mayoría en labores ajenos a la carrera de periodismo y comunicación colectiva.

2.1.1. TRANSFORMACION DE ACONTECER: DEL PERIODISMO ESCOLAR AL PROFESIONAL

A lo largo de más de una década ACONTECER ha sido testigo de los cambios tecnológicos en las comunicaciones, pasando de una impresión tradicional en "caliente" hecha en bloques de plomó, número de páginas, en la periodicidad del semanario pues de un medio impreso dos veces al mes, pasó a ser mensual, quincenal y en los últimos años: dos veces por semana y semanal.

Gracias al esfuerzo, trabajo y recursos invertidos por el padre de Flores Gutiérrez y la cooperativa formada por tianguistas, Alcohólicos Anónimos, etc., en este medio de comunicación y a la experiencia adquirida, se pudo enfrentar y resolver en cierta medida los inesperados obstáculos económicos, tecnológicos y de capacitación de los reporteros,

que aunado al aumento del precio del papel, principal insumo de una empresa de esta naturaleza, ha ocasionado el cierre y desaparición de distintos periódicos regionales y nacionales en todo el país.

ACONTECER en su segunda etapa, su economía es de subsistencia debido a que los mil 500 ejemplares son regalados; la publicidad comercial es mínima (se experimentó con un suplemento comercial durante cuatro años, el cual desapareció por inconsistencia económica); la información es oficialista como consecuencia de las inserciones de publicidad.

El contenido del otrora periódico hecho por universitarios, lejos de tener un "interés humano" se vuelve cargado en su información de boletines de prensa de ayuntamientos mexiquenses (sin embargo el suplemento cultural LA TINTA SUELTA logra trascender en calidad al resto del periódico).

Para 1988, ya sin la ayuda de los egresados el periódico ACONTECER está a puntos de extinguirse.

En el año de 1989 sólo tres egresados continúan en el proyecto del periódico local; dos de ellos logran integrarse en el periodismo profesional en el diario EL FINANCIERO (Reyes Morales Rico y el que esto escribe) y cooperan con Flores Gutiérrez en el aspecto informativo.

La dirección de ACONTECER continúa empeñada por subsistir de las arcas públicas municipales por medio de inserciones pagadas del ayuntamiento de Ecatepec y se busca desesperadamente los convenios de publicidad.

La venta al público de este medio es nula y su cobertura informativa en eventos de prensa es irrelevante. Es en ésta etapa cuando las circunstancias económicas permiten un giro en el destino de este medio.

El padre de Flores Gutiérrez vende sus camiones de carga para realizar otros negocios y parte del capital lo invierte en el proyecto de una cooperativa que sería la editorial ACONTECER.

En ese año de 1989 a la cooperativa se ligan varias personas de la más disímil procedencia. De esta manera, se reúne capital para la adquisición de una pequeña imprenta marca Harrison y se entra de lleno al negocio de la impresión de periódicos locales.

En una vecindad familiar de la calle Cuitláhuac No. 24 de la colonia Cuauhtémoc-Xalostoc en el municipio de Ecatepec Estado de México, se instala el taller, en donde posteriormente quedarán dos imprentas, en el primer piso hay cinco computadoras y una impresora; además del servicio de impresión se ofrece servicio al público en general de fotocopiado, realización de facturas con el permiso de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP); calendarios,

tarjetas de presentación y etiquetas de productos comerciales. De esta manera comienza la etapa profesional de este medio informativo.

En la administración del alcalde municipal de Ecatepec, Alfredo Torres Martínez (1993-1996) se abre por primera vez la llave del presupuesto oficial para ACONTECER, lo mismo ocurre en otros ayuntamientos.

El director de comunicación social, Antonio Yañez, se comprometió con el semanario a otorgar la cantidad de 5 mil pesos mensuales por la inserción de eventos sociales y políticos en que participe el presidente municipal Torres Martínez, su esposa Mayra Huitrón de Torres, directora del DIF municipal, los funcionarios del ayuntamiento y las giras especiales del gobernador del Estado de México, César Camacho Quiroz.

La nueva estrategia informativa del director general fue la de publicar información positiva de los municipios con los que se tenía convenio de publicidad como eran los casos de: Ecatepec, Nezahualcóytl, Tecamac, Tlalnepántla, Coacalco, Toluca, Cuautitán Izcalli, Tultitlán¹³ así como de municipios donde el director consideraba que existía posibilidades para conseguir la publicidad política, como Atizapán de Zaragoza, Toluca, Naucalpan, entre otros.

¹³ Al final de éste capítulo se anexan las características poblacionales de los municipios donde tenía área de influencia el semanario acontecer.

La línea informativa de ACONTECER es diametralmente opuesta a los objetivos del proyecto escolar. En una junta general del director con reporteros, se dieron órdenes pero no de mejorar la información, sino de conseguir a toda costa publicidad de los ayuntamientos o partidos políticos.

La respuesta de dos egresados: Carlos Fabián Lembrino (ENEP Aragón) e Ivet Estrada (Univesidad Tecnológica) fue la deserción, para lo que manifestaron que "no querían haber completado una carrera universitaria para terminar de vendedores de publicidad de un periódico local".

La línea informativa fue diametralmente opuesta a al proyecto univesitario, se exageraron los errores de los funcionarios municipales con el propósito de asegurar la publicidad oficial.

Uno de los blancos de la nueva estrategia fue Naucalpan, donde Fátima Ibarrola trabajó para al alcalde Enrique Jacob Rocha, en la dirección de comunicación social. El ayuntamiento de Huixquilucan y su coordinador de prensa, Francisco Balnda, fue víctima de un periodismo que comenzó a rayar en el amarillismo.

Asimismo, pese a estar el país en la más grave crisis económica de varias décadas, el semanario se hizo condescendiente con los funcionarios públicos "generosos", y hasta estableció una página especial para seguir las

actividades del Presidente de la República, Ernesto Zedillo Ponce del León.

El cambio en la línea editorial, la renuencia de reestructuración del semanario tanto económicamente y en lo referente a recursos humanos para lanzarlo a la venta, así como los nuevos proyectos políticos, no relacionados con el periodismo, originaron mi renuncia al que fue un buen proyecto universitario.

Evolución del Periódico ACONTECER (1986 - 1996)						
Número	Año	Época	Periodicidad	Tipo de Impresión	Dirección	Suplementos ¹¹
1	Nov. 1986	1ª época	Mensual	Caliente	Experimental	
	1987	1ª época	Mensual	Caliente	Unipersonal	
	1988	1ª época	Mensual	Caliente	Unipersonal	
	1989	1ª época	Quincenal	Offset	Unipersonal	
	1990	1ª época	Quincenal	Offset	Unipersonal	
	1991	2ª época	Semanal	Offset	Unipersonal	
118	Abr. 1992	2ª época	Semanal	Computarizado	Unipersonal	La Cinta Suelta
153	Ene. 1993	2ª época	Semanal	Computarizado	Jaime Eduardo	Suplemento Comercial
236	1994	2ª época	Disemanal	Computarizado	Carlos Rivera	
321	1995	2ª época	Semanal	Computarizado	Carlos Rivera	Desaparece la edición del viernes
	Jul. 1996	2ª época	Semanal	Computarizado	Carlos Rivera	Desaparece Suplemento Comercial

2.2. FUNCIONES DEL PROFESIONAL EN EL PERIODICO LOCAL.

La labor del que esto escribe como editor del semanario local de Ecatepec, Estado de México, comienza poco después de concluir las relaciones laborales con el diario EL FINANCIERO, en donde me desarrollé entre otras actividades, como reportero de la "fuente" política de oposición, analista del Centro de Información de dicho diario y por último corresponsal del Estado de México, todo esto en un lapso de seis años.

Al momento de mi incorporación como asalariado al semanario ACONTECER en febrero de 1994 a febrero de 1996, ya existían en la planta laboral un promedio de 30 personas trabajando directa e indirectamente en la EDITORIAL ACONTECER.

Mi labor fue polifacética, una de ellas era organizar la información proveniente de los municipios de Ecatepec, Nezahualcóyotl, Coacalco, Tultitlán, Naucalpan, Toluca, Cuautitlán Izcalli, Cuautitlán Romero Rubio, Tecámac, Atizapán de Zaragoza, Tultitlán, San Juan Teotihuacán, San Agustín Acolman, Tlalnepantla, Huixquilucan, Chalco Solidaridad, los Reyes la Paz, Asamblea de Representantes del Distrito Federal (ARDF), Procuraduría General de Justicia del

¹⁴ No se consideran importantes los efímeros suplementos de política, Acontecer veracruzano, porque son tan inconsistentes, que las leyes no escritas de la prensa regional obligan a desaparecer, además, de la poca preparación de los periodistas.

Distrito Federal PGJDF), Secretaría de Protección y Vialidad (SPyV) ahora Secretaría de Seguridad Pública, entre otras instituciones.

Las notas informativas, los boletines de prensa, los reportajes y los artículos eran llevados a la redacción del periódico los sábados y lunes, a cargo de la corrección de estilo y la redacción estaban dos personas (el licenciado Odilón Alvarado Montiel (q. e. p. d. y un servidor). Sin embargo, mis funciones laborales eran de lunes a sábado recibiendo notas informativas de los reporteros y boletines de prensa vía tele-fax.

Todos los textos de los reporteros tenían que ser conformados nuevamente debido a los escasos conocimientos en la redacción y ortografía de nuestros colaboradores, que en su mayoría eran reporteros empíricos hechos por necesidad en el contexto del Estado de México.

El realizar el trabajo de corrector de estilo fueron tareas que a falta de personal capacitado tuvimos que realizar en aras de una mejor publicación.

De esta manera realizar cabezas para las notas informativas, jerarquizar la información, redactar la editorial, elaboración de reportajes, corrección de estilo y notas para la portada, así como trabajo de fotografía, fueron tareas que seis días a la semana realicé en 14 meses en el semanario, junto con mis compañeros de trabajo.

La pluralidad del periódico fue la línea a seguir en el semanario (en el momento de mi ingreso) ya que se publicaba de la misma manera notas que provenían de políticos de extracción priísta como del PAN, PRD, PT y otros partidos políticos.

La realización de un *dumie* (modelo en escala del periódico que funciona como borrador) era fundamental para la distribución de la información; en la portada del periódico tabloide de 20 páginas se elaboraba con una nota principal de corte nacional.

Los temas de interés general de los que elaboré un archivo fueron: política, narcotráfico, economía, delitos comunes del Estado de México, comunicación, derechos humanos y desastres naturales. Mismos que sirvieron como complemento para enriquecer a informaciones relevantes de la portada principal.

Las actividades del gobernador mexiquense tenían nota principal de contraportada, y la información del alcalde de Ecatepec ocupaban portada junto con sus respectivas fotografías, como parte del convenio publicitario.

Los lunes por la mañana realizaba la editorial del periódico retomando los hechos más relevantes de la información local y nacional, ya que el director general, a mi insistencia de contratar profesionales de la pluma, argumentaba no tener fondos suficientes para ello. Las

gráficas que realizaba en el transcurso de la semana relacionadas con los temas de portada, también tenían que ser reveladas el mismo día.

El profesionalizar el semanario fue siempre mi inquietud, desde que tomé el cargo de subdirector de la publicación, sin embargo, los problemas económicos influyeron en el campo profesional del semanario.

La edición semanal se imprimía los lunes por la noche para aparecer la mañana del martes con un tiraje de mil 500 ejemplares; desde las 12 horas del lunes recibía en mi escritorio los textos rezagados de la información oficial y "reporteada" de los colaboradores que recorrían diferentes municipios del Estado de México.

La información se jerarquizaba por su importancia, dando preferencia a temas de interés local, sin embargo por la falta de rastreo en este ámbito la nota principal del semanario casi permanentemente era de índole metropolitano.

La captura en computadoras era realizada por cuatro personas, mismas que aceleraban o retrasaban la formación del periódico dependiendo de la carga de trabajo (en la editorial ACONTECER se llegaron a imprimir hasta 35 periódicos tabloides y revistas del Estado de México). De no haber numerosos clientes en la imprenta, se le daba celeridad al periódico de la casa, ya que por cuestiones económicas la prioridad estaba en los trabajos exteriores.

Gracias a la maquila (impresión de periódicos) la editorial llegó a ser la más importante del municipio de Ecatepec, y el semanario ACONTECER fue subsidiado por esta fuente de recursos.

El trabajo de los cuatro formadores era rudimentario y los textos eran pegados en pliegos de plástico transparente por medio de cuther y pegamento. Para después ser pasado (aproximadamente a las 22 a 23 horas del mismo lunes) nuevamente a corrección de estilo, labor que realizábamos dos personas.

Las correcciones de los textos nuevamente eran pasados a los formadores, para que de manera artesanal cambiar letras o poner pliegos letra por letra, situación que retrasaba la impresión del semanario a niveles extremos.

Los pliegos con la información eran pasados al área del fotolito y posteriormente las páginas plasmadas en láminas, eran nuevamente revisadas por las dos personas que editamos el periódico local. Si no había error eran pasadas a la imprenta (aproximadamente de 1:00 A.M.). El tiraje era terminado a las 8:30 A.M. del día martes. Para empezar a ser distribuido en los palacios municipales.

En mi esquema de trabajo como subdirector del semanario local realicé complementos en la información (reportajes, crónicas, columnas, entrevistas) ya que el periódico local sólo publicaba boletines oficiales hasta antes de mi llegada.

Solicité a la dirección general la contratación de dos dibujantes con talento y profesionales, ambos con premios estatales de periodismo en el área de caricatura.

Ellos realizaron caricatura política de personajes locales y funcionarios públicos de alto nivel. Mi objetivo de trabajar con estas personas fue erradicar "monos" hechos por principiantes de otras profesiones, que demeritaban una publicación cuyo lema es: "por un periodismo profesional".

Asimismo, conseguí la colaboración de la agencia de noticias PUMSA para el semanario local; de esta manera fuimos nutridos de información vía fax los días lunes hasta el día de mi estancia en el semanario.

No obstante la renuencia de la dirección general por la contratación de periodistas profesionales, logré que personas de talento se acercaran al semanario. Comencé a publicar notas informativas Carlos Guillén, así como una columna política que se llamó De Frente.

Raquel Quintero Torres, fue otra de mis invitadas con su columna Policía Científica e Investigación Interna; Luis Serieys Zárate con Sindicatos en Blanco y Negro; llamé a laborar en un período relativamente corto al exreportero de El Financiero, Raúl Alvarez.

Para darle dinamismo periodístico al semanario implementé en la página dos la crónica que llevó por nombre "Serpientes y Escaleras"; Urbano - historia; la columna

política mordiendo el Polvo; la sección policiaca Reportero de Policía; la sección metropolitana Macrópolis y también de corte policiaco punto de Impacto.

Laboré a lo largo de los años 1993 al 95 con la sección de espectáculos Corre Cinta, la cual aparecía en la página 10 del semanario en cuestión.

Por otra parte, realicé los siguientes reportajes especiales para la portada del semanario: *En peligro de quiebra la industria del vestido*, número de ejemplar (268); *Así se forjó la prensa*, sobre la vida y obra de José Guadalupe Posadas (269); *Anarquía en el transporte metropolitano* (308); *Monopolio industrial en el valle de México* (352); Entrevista exclusiva con Gutiérrez Vivó, *A la Revolución la despertaron de un almohadazo* (272); *Reviviendo a golpes a John Reed* (292); *Urnas robadas en Ecatepec* (299); *El mexicano siente placer por la muerte: Monsiváis* (292); *Sexo - empresas en el D. F.* (302); *Manipulación a los medios de comunicación: Scherer García* (310); *México uno de los países más pobres del mundo: CEPAL* (320); *El periodismo mexicano está rebasado: José Martínez* (329); *Se agotó el modelo neoliberal en el país* (331); *La misteriosa dimensión de los hongos alucinógenos* (338); *El comercio ambulante, epidemia citadina* (339); *La nación está convertida en cementerio de desechos tóxicos* (340); *Se perdió el futuro económico para 11 millones de mexicanos* (344); *La*

prostitución puerta falsa de una crisis sin resolver (347); De la muerte, la agonía y otras lindezes (347); Los pecados de la carne o ganarás el pan sudando cama (348); Pequeña receta de cómo derrocar gobiernos con chistes y rumores (348); Eduardo Téllez Vargas: el último reportero de policía (349); La crisis económica de los medios de comunicación (351); La crisis por el modelo de acumulación: Oswal (296); Producto de exportación a Europa las figurillas eróticas de Texcoco (232); En caída libre la industria editorial mexicana (233); Anárquico crecimiento de la industria en el Edomex (279); invade el comercio ambulante la ZMCM (284); Uso extendido de tortura en el sexenio de Salinas: Admistía Internacional (286); John Reed, "actuar bajo fuego" (291); Crisis laboral en el Estado de México (305); La radiocomunicación monopolizada por 14 familias (322); México hoyo negro del narcotráfico (356); Parálisis en tecnología mexicana: Concamin (357); Sin casa propia millones de habitantes en el D. F. (355); Salinas y Córdoba Montoya asesinos de Colosio: Democracia 2000 (333); Perdemos la guerra de las drogas (339); La perturbación económica podría ahuyentar a inversionistas: Sorensen; Se fracturó la familia revolucionaria mexicana (250); Por desconfianza fuga de capitales del país (252); Se destapó la cloaca en el sistema político (270).

De la misma manera publiqué los siguientes reportajes especiales de compañeros reporteros que trabajaron por medio de órdenes de información que elaboré en la redacción del semanario; de ésta manera comenzamos a asistir a actividades municipales, universitarios, políticos, manifestaciones, huelgas de trabajadores y entrevistas exclusivas que hasta el momento ningún otro semanario y hasta diarios de Estado de México no han realizado para sus lectores.

Algunos ejemplos son: *Recobrar la dignidad de Chiapas a costa de mi sangre: Irma Serrano* (Adán Atayde, No. 271); *México atraviesa pos un destape de temas sexuales: Monsiváis* (Sin crédito No. 271); *La leyenda del celuloide mexicano, Gabriel Figueroa* (Carmen Jaimes Arenas No. 324); *Miles de profesionales sin empleo* (Carlos F. Lembrino No. 332); *En peligro el Estado de Derecho: Lorenzo Meyer* (Adán Atayde No. 329); *El SIDA no acaba con el amor ni con el sexo: José Luis Cuevas* (S. C. No. 349); *El limbo en la tierra, el caso de un manicomio* (Carmen Jaimes No. 326); *En provincia el periodista corre más peligro: Granados Chapa* (Odilón Alvarado No. 330); *La prensa marginal; alternativa para diversos grupos sociales; Trejo Delabre* (No. 216), entre otros trabajos.

Durante mi participación en el semanario, fue este medio escrito el primero en Ecatepec en publicar en sus páginas, reportajes y notas informativas de otras entidades de la República con enviados especiales y del extranjero por

colaboraciones, de esta manera publiqué lo siguiente: *Más interés por el fútbol que por la política* (Raquel Quintero, Guanajuato, No. 325); *Las videoadicciones peligro inminente* (Ricardo Bautista, Guadalajara, No. 291); *En Hollywood only exit rigth* (Carlos Rivera, Hollywood, California No. 215); *Sólo muerto se salía de Alcatraz* (Carlos Rivera, San Francisco, California No. 217); *Los Angeles, la ciudad del miedo* (Carlos Rivera, Los Angeles No. 241); *Cartas desde Sidney* (Mario Licón, Australia No. 267); *Chavela Vargas, a dónde vas que más valgas?* (Félix Morriña, Guanajuato No. 346); *Los Angeles, resquebrajamiento del american way of life* (Julia Valles, Los Angeles No. 349); *Restringir la cantidad de contaminantes* (Manuel Rivera, New Orleans No. 309); además el semanario marcó precedente al ser el único en enviar un reportero a los trabajos de la convención del Ejército Zapatista de Liberación Nacional en el estado de Chiapas.

Implementé en el semanario que los reporteros se acercaran a la cotidianidad del lector; de esta manera dos compañeros¹⁵ y yo recorrimos los ayuntamientos del Estado de México y delegaciones del Distrito Federal en busca de imágenes para ser plasmadas en las páginas de nuestro periódico, las cuales fueran más humanas, lejos de las poses acartonadas de los políticos.

¹⁵ El reportero local también realiza el trabajo de fotógrafo en Ecatepec.

De esta manera retratamos indigentes, corrupción policiaca, perros muertos en lugares en que las autoridades hacían caso omiso a tales problemas.

En la portada y contraportada del semanario se dio difusión a trabajos fotográficos de connotados maestros como: Pedro Meyer, Antonio Turok, Pedro Valtierra, Marco Peverelli, Salvador Rodés, Juan Antonio Rodríguez y Guillermo H. Vera (q. e. p. d.).

Asimismo, realicé innovaciones en las imágenes fotográficas de portada con collages de políticos, por primera vez vistos en la prensa local de Ecatepec y que distinguieron al periódico Acontecer entre los demás.

En noviembre de 1995, por medio del semanario convoqué a un concurso de fotografía que fue titulado "Los sueños de Onan" con el propósito de estimular a los fotoperiodistas locales por su peligrosa y difícil profesión. El ganador recibió una medalla de plata y una cena con espectáculo para cuatro personas; de 12 participantes recibió el estímulo el señor Luis Peralta a manos de la actriz y cantante Imperio Vargas durante la fiesta de noveno aniversario del semanario.

Conformé el ejemplar número cinco del suplemento de política y sociedad Contextos, del semanario ACONTECER, con motivo de su décimo aniversario. Sus características son: suplemento de cuatro páginas tamaño tabloide; con tipo de

impresión offset, tipo de papel educación y tipografía Suizo Dutch.

Contextos tuvo un tiraje de 2 mil ejemplares y se publicó el 25 de noviembre de 1995. El tema del suplemento: la prensa mexicana, con la colaboración especial del periodista Raymundo Riva Palacio.

Asimismo, participé como representante del semanario en el encuentro de periodistas sobre prensa regional que se llevó a cabo el 26 y 27 de noviembre de 1995 en Tonalico, Estado de México, evento organizado por la Coordinadora de Asociaciones de Periodistas del Estado de México (CAPEM).

Abordé el tema de la crisis económica en los medios de comunicación. En el evento participaron periodistas como Luis Suárez, integrante de la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP) y fue clausurado por el gobernador César Camacho Quiroz.

2.3. LA SECCION CULTURAL DE ACONTECER: LA TINTA SUELTA

A la par de la información general, la publicidad oficial, comercial, las columnas políticas de opinión y editorial del semanario ACONTECER, también se comenzó a dar espacio a la información más estrictamente cultural en las páginas centrales y que se llamó LA TINTA SUELTA.

Más recientemente, al aumentar las páginas LA TINTA SUELTA ya se configuraba como un suplemento cultural que se distingue del periodismo convencional del semanario, y a la vez, lo distingue como un periódico regional que estimula el periodismo cultural.

Este suplemento cultural en que participamos los ex alumnos de Acatlán tiene como objetivo registrar el quehacer cultural, promover la divulgación de nuevos escritores, nuevas ideas, fenómenos y procesos culturales que se realizan en nuestro país y la sociedad global.

Es importante destacar que para el logro de LA TINTA SUELTA desde el inicio de 1992, se contó con la autonomía e independencia en la concepción, contenido y tratamiento temático de este esfuerzo de periodismo cultural de parte del director del semanario.

Características técnicas de LA TINTA SUELTA coordinado por Juan Pablo García Vallejo.

Número de ejemplares: mil 500

Año de aparición: 1992

Formato: Tabloide

Periodicidad: semanal (cada martes)

Número de páginas: cuatro

Tipo de impresión: Offset

Tipo de papel: Educación. Tipografía: Suizo y Dutch

El perfil temático, de contenido, estético es una síntesis plural, crítica, reflexiva que busca registrar, divulgar y estimular la creación cultural en su heterogeneidad y su multiplicidad que se nutre de tres recursos de la actividad cultural: las ciencias sociales y la teoría crítica en la comprensión, análisis y descripción de los fenómenos y procesos culturales y en la valoración de la creatividad potencial individual y colectiva en el ámbito de la cultura.

Asimismo, las ciencias humanas y la creación literaria en sus diversas expresiones (poesía, prosa, cuento, crónica, novela por entregas, crítica y reseña e información bibliográfica, etc.) que vienen realizando escritores del circuito universitario, de varios estados de la República; y del trabajo de reporteros de la redacción de ACONTECER que se han sumado al periodismo cultural.

La aparición semanal de LA TINTA SUELTA es posible por la convicción de un equipo de colaboradores regulares, heterogéneos, que abastecen con sus escritos, críticas y notas culturales los materiales que conforman las secciones fijas, además de ejercitar los géneros particulares del periodismo cultural: el ensayo, la entrevista, la crítica, el periodismo de investigación.

El suplemento cultural tiene un perfil no comercial y es editado por el semanario ACONTECER. El suplemento cultural LA TINTA SUELTA con su eslogan: La cultura es una arma caliente,

se dirige y busca principalmente un tipo de lector con educación media superior, interesados en el quehacer cultural que se hace hoy en día, así como el círculo de lectores del semanario ACONTECER y, evidentemente, al público en general.

Aunque se tiene un público restringido éste mismo, ha expresado constantemente un interés creciente por este suplemento cultural por la originalidad del proyecto en su concepción, contenido y tratamiento de la creación cultural y los fenómenos y procesos culturales que vienen publicando en sus páginas.

En poco más de cuatro años de existencia de LA TINTA SUELTA, Juan Pablo García Vallejo, ha demostrado que tiene las cualidades y conocimientos necesarios para coordinar este esfuerzo de este periodismo cultural:

1.-Una formación universitaria que le permitió tener una cultura general, extensa y profunda que permite identificar, correlacionar fenómenos culturales, autores y temáticas y obras significativas a nivel regional, nacional y cosmopolita.

2.-Una vocación definitivamente cultural, creativa, imaginativa, plural y tolerante. Además de una capacidad de sistematización y síntesis de procesos culturales complejos para su divulgación en LA TINTA SUELTA.

3.-Un estilo fluido, atractivo y correcto, aunado a un uso apropiado de la lengua española, del ensayo y del análisis periodístico.

4.-Cualidades personales como lector incansables, laboriosidad, tesón y talento editorial para conjugar diversas inquietudes creativas relacionadas al periodismo cultural.

5.-En 1995 se propuso LA TINTA SUELTA a la convocatoria Reconocimiento al periodismo cultural regional, promovido por la IX Feria Internacional del Libro de Guadalajara, donde participaron 19 proyectos culturales a nivel nacional, quedando el suplemento cultural de ACONTECER, en el tercer lugar.

2.4. ACONTECER DE PROYECTO ESCOLAR A EMPRESA INDIVIDUAL.

A lo largo de 11 años de sobrevivencia del periódico semanario Acontecer es necesario distinguir tres etapas de este medio informativo local: proyecto escolar iniciado en la ENEP Acatlán; como cooperativa de producción y consumo; actualmente como empresa individual.

El proyecto de un periódico estudiantil nace en 1985, como hemos señalado, con el propósito de informar a la opinión pública, desde un particular punto de vista de los

jóvenes universitarios, de la situación política, económica y social que prevalecía en el país.

Con un estilo iconoclasta hacen periodismo la mayoría de los jóvenes que al comienzo del proyecto tienen fines altruistas y el lucro está fuera de toda discusión; apoyar a la clase más necesitada y exhibir al gobierno corrupto e ineficiente es la tónica de los artículos y reportajes de los colaboradores.

Esta etapa del proyecto escolar es fugaz y termina (en dos años 1986 - 88) con la disgregación de sus elementos hacia otros caminos, la mayoría de ellos en busca de una garantía económica para subsistir.

Adam Smith quien fuera economista y profesor de filosofía moral de la Universidad de Glasgow señalaba que los hombres en la vida económica se guían exclusivamente por el interés particular. Añade que "el trabajo, lo mismo el industrial que el agrícola, es la fuente de toda riqueza, con la limitación de que el trabajo material (no el espiritual) es productivo"¹⁶. Los jóvenes con ímpetu y sus ideas no ganaban nada en el proyecto Acontecer, su mercancía era etérea.

En 1988 - 89 se funda la Cooperativa de Producción y Consumo encabezada por el director de Acontecer, un pequeño

¹⁶ F. V. Kleinwachter. *Economía Política*. Barcelona. Editorial Grijalbo. 1955. p. 4.

grupo de comerciantes de diferente índole, parientes y amigos.

Las cooperativas son sociedades de número no limitado de individuos y de capital variable para la explotación de una empresa, en este caso la editorial Acontecer.

Asimismo, el número de miembros y el capital no son fijos, pues diariamente pueden ingresar más individuos, que deben abonar sus cuotas; por el contrario, los socios pueden darse de baja cuando lo deseen y recobrar (con ciertas reservas y en el transcurso de un plazo determinado) sus aportaciones.

La cooperativa de producción y de consumo permitió la compra de dos imprentas usadas, para la emisión de periódicos, otra más para realizar tarjetas y calendarios; este capital fue importante para la adquisición de las primeras computadoras e impresoras.

Sin embargo, puesta en movimiento la editorial Acontecer la cooperativa se viene abajo por la discrepancia de intereses económicos. La explicación del director Mario Flores es la siguiente: "Terminó porque ellos (los socios) no tuvieron en cuenta las responsabilidades, sino nada más los derechos. Querían que yo fuera el único que trabajara y ellos cobrar limpiamente sus intereses".

El individuo que dirige sólo la empresa sabe que él soporta toda la responsabilidad, que goza sin limitaciones

todo el fruto de sus desvelos, y que lleva a su vez todas las consecuencias perjudiciales que pueden ocasionar sus errores o sus omisiones.

Por consiguiente, pondrá todas las energías en procurar la buena marcha de la empresa. Además el empresario goza de plena libertad de iniciativa, cuando considera que es necesario adoptar una medida, puede resolver inmediatamente y ponerla en práctica.

A principios de la década de los noventas la editorial Acontecer se transforma en una Empresa Individual. Esta existe cuando la empresa pertenece a un solo individuo que asume toda la responsabilidad y responde a las obligaciones del negocio con todo su patrimonio. Una ventaja de esta forma de empresa es la posibilidad de su crecimiento orgánico, el empresario se esforzará la mayor parte de las veces en retirar para su persona la menor cantidad posible de los beneficios del negocio, procurando emplear las ganancias que poseen de cierto límite en el aumento progresivo del capital de la empresa.

Un inconveniente, señala el economista F. V. Kleinwachter, es que el empresario no podrá extenderse generalmente más allá de cierto límite, y otro, que el negocio depende de una sola persona; si ésta muere, envejece o enferma, la empresa puede desaparecer, aún cuando su

continuación pudiera haber sido tan beneficiosa como se quiera para la comunidad o para sus servidores.

De esta manera la editorial Acontecer existe con las características de una empresa o fábrica. Se puede distinguir una empresa de la siguiente manera: trabajan juntos en uno o varios edificios gran número de empleados, y en que el trabajo en común se encuentra ordenado, por regla general, con arreglo al principio de la división del trabajo, de tal modo que, ninguno de los trabajadores elabora el producto completo, sin que éste pase por una serie de manos. Otro de sus elementos es el empleo de máquinas y además la circunstancia de que las fuerzas naturales sirven como fuerza motriz.

Respecto al concepto de explotación del producto, desde un punto de vista económico se acostumbra definir la gran explotación diciendo que en ella el trabajo de dirección absorbe por completo toda la actividad del empresario, hasta tal punto que no le queda tiempo para dedicarse a trabajo de ejecución, mientras que en la pequeña explotación, "no sólo dirige sino que a veces también participa en el trabajo material a este último rubro pertenece la editorial Acontecer¹⁷.

En estos momentos la pequeña empresa de nuestro estudio se encuentra en la primera etapa para alcanzar el taylorismo

¹⁷ Idem.

de la producción, que es una técnica para mantener el control gerencial absoluto sobre la esfera productiva.

A finales del siglo XIX Frederick W. Taylor, el padre de la "Administración científica", observaba la conducta humana en el lugar de trabajo, y la subsecuente normalización de la conducta a fin de controlar la fuerza laboral de manera más efectiva.

"Taylor razonó que a fin de lograr sus objetivos gerenciales era necesario, no solo arrebatarse a los trabajadores el control de las manufacturas, sino aproximarse a éstos en una forma que minimizara las posibilidades de resistencia. La clave aquí era socavar los patrones históricos de asociación y solidaridad, individualizar la fuerza de trabajo"¹⁸. El taylorismo imaginaba una sociedad dominada por la consolidación y planeación cooperativa entre quienes mandaban; para los que trabajaban dentro del sistema, abrigaba condiciones de individualización, competencia social y dependencia.

Harry Braverman, en su estudio *Labor and Monopoly Capital* (1974), resume la estrategia gerencial de Taylor en tres principios:

1. Disociación del proceso de trabajo y las habilidades de los trabajadores.
2. Separación de la concepción y la ejecución.

¹⁸ Ewen Stuart. *Todas las imágenes del consumismo*. México. p. 102.

3. Uso de este monopolio de conocimiento para controlar cada paso del proceso de trabajo y su modo de ejecución.

Es una regla en el taylorismo "hablar y tratar con un sólo hombre a la vez... ya que no estamos tratando con hombres en masa, sino que intentamos desarrollar a cada hombre individual hasta su estado más elevado de eficiencia y prosperidad"¹⁹.

El taylorismo encontró una amplia hostilidad entre la clase trabajadora, no obstante, proporcionó una estrategia general que a la larga, se convirtió en el enfoque estadounidense básico para la estructuración de los procesos de trabajo.

Es importante señalar que el taylorismo se aplica en la editorial Acontecer de una manera empírica; sin manuales, ni estrategias generales. Se desarrolla bajo la influencia del gerente de publicidad, Ricardo Lezama Mercado quien laboró en grandes empresas que utilizaron el taylorismo entre su personal, y de su experiencia trazó esta forma de trabajo para el director de la editorial en estudio.

Como proyecto escolar era un grupo de jóvenes universitarios que buscaba el bienestar común, la editorial Acontecer como empresa individual transformó sus objetivos en "adquisitivos" o de dinero, ganar y ahorrar todo lo posible.

¹⁹ Idem.

Adam Smith señalaba que: "como cada uno está siempre propicio a evitar todo gasto superfluo, fácilmente se comprende que todo comprador estará siempre alerta para dirigirse al vendedor más barato".

En este caso, el obrero se ofrece al empresario capitalista (quien posee los medios de producción y las materias de trabajo), vendiéndole sus servicios.

El empresario se aprovecha de la ventaja de la situación; puede esperar, y además sabe que tendrá tantos trabajadores como quiera, ofrece por consiguiente, el mínimo de existencia.

"Por otro lado, el trabajador se halla bajo el peso de la competencia más intensa que se puede imaginar, y tiene que aceptar lo que se ofrezca, pues sabe que están dispuestos a substituirle diez o más trabajadores (el ejército de reserva industrial) y a veces en condiciones aún más duras"²⁰.

Estas condiciones de trabajo que se describen son actuales para la editorial Acontecer, el obrero, secretarias o capturistas perciben el salario mínimo; incrementan su sueldo en ocasiones con horas extras.

También en el caso de los reporteros (7), quienes también perciben salario mínimo (en la mayoría de los casos no reciben salario); otras cinco personas se les paga por comisión, 15 por ciento de la publicidad política, los

²⁰ Warner Sombart. Socialismo y Movimiento Social en el siglo XIX. Jena 1987. p. 2.

reporteros de base se les otorga 10 por ciento de la publicidad de los ayuntamientos. No se pagaba en éste caso el salario mínimo profesional.

Asimismo, no había prestaciones como lo marca la Ley Federal del Trabajo, respecto a: servicio médico IMSS, utilidades como lo marca el punto IX del artículo 123 de la ley mencionada que señala: "los trabajadores tendrán derecho a una participación en las utilidades de las empresas".

No existe en la editorial el aguinaldo entre los reporteros (solo para secretarías, capturistas y obreros), y estaba vedado el derecho de formar el sindicato como lo marca el punto XVI de la Ley Federal del Trabajo.

El derecho a vacaciones anualmente para la generalidad de los trabajadores de la editorial estaba excluido y no se cubrían los accidentes y enfermedades profesionales; las enfermedades no profesionales y la maternidad, ni la invalidez y la muerte como lo marca la ley²¹.

Tampoco se cumplía por concepto de indemnización por despido el importe de tres meses de salario.

Por otra parte, la jerarquización de puestos en la redacción era del modo que los bautizó el Dr. Laurence J. Peter, de sublimación percuciente, lo que significa pseudoascensos.

²¹ Trucba Urbina Alberto. Nueva Ley Federal del Trabajo. Ed. Porrúa. México. p. 661.

"Algunos empleados del tipo A creen de veras haber recibido un verdadero ascenso; otros reconocen la verdad. Pero la función principal de un pseudoascenso es, engañar a las personas situadas fuera de la jerarquía. Cuando esto se logra la maniobra es considerada como un éxito"²².

Era un estímulo psicológico del director general del semanario "ascender" al personal de redacción a subdirector, jefe de información, jefe de espectáculos, etc., sin facultarlos para la toma de decisiones, responsabilidades y aumento de sueldo.

El objetivo es : a) enmascarar el fracaso de su política de ascensos (el pseudoascenso se justificaba sólo a los ojos de los empleados), b) reforzar la moral del personal; los empleados pensaban que si "fulano" podía lograr un ascenso, ellos también podrían; c) para mantener la jerarquía.

En el tiempo que laboré en la editorial Acontecer pude observar una característica común: se toleraba la incompetencia y en ocasiones se llegó a premiar si en el último de los caos eran familiares o amigos.

ANEXO DEL ÁREA GEOGRÁFICA DE INFLUENCIA DEL PERIÓDICO ACONTECER.

²² J. Peter Laurence y Altull Raymond. El principio de Peter. España. 1974. p. 137.

CENTRO NACIONAL DE DESARROLLO MUNICIPAL
Secretaría de Gobernación

12-91-77

ESTADO: 15 ESTADO DE MEXICO

MUNICIPIO: 033 ECATEPEC

GOBIERNO Y ADMINISTRACION

Presidente.....	DR. JOSE ALFREDO TORRES MARTINEZ
Periodo de Gobierno.....	01/01/94 AL 31/12/96
Núm. de Ayos del Estado.....	121
Núm. de localidades del Municipio.....	1
Superficie del Municipio.....	155 km ²
Grado de Urbanización.....	BAJO
Categoría Aleratoria.....	ATRACCION

PRINCIPALES LOCALIDADES

Cabecera Municipal.....	ECATEPEC DE MORELES
Localidad 1.....	
Localidad 2.....	
Localidad 3.....	
Localidad 4.....	

DATOS DE POBLACION

Poblacion 1980.....	744,507 Habs.
Poblacion 1990.....	1,218,135 Habs.
Tasa de Crecimiento Anual Interencensal.....	4.50 %
Número de hombres 1990.....	600,410 Habs.
Número de Mujeres 1990.....	617,725 Habs.
Densidad Poblacional Municipal.....	7,834.17 Hab./km ²

POBLACION ESTATAL

Poblacion del Estado 1990.....	9,815,795 Habs.
Número de hombres 1990.....	4,838,738 Habs.
Número de Mujeres 1990.....	4,977,163 Habs.
Superficie del Estado.....	243,055.00 Km ²
Densidad Poblacional Estatal.....	40.39 Hab./km ²
Porcentaje de Poblacion del Estado que vive en el Municipio.....	12.41 %

GRUPOS DE EDAD

	Hab.	Porcentaje
De 0 a 14 años.....	459,651	37.73
De 15 a 64 años.....	730,370	59.96
Mayores de 65 años.....	28,714	2.29
No Especificado.....	1,350	0.11

DATOS ECONOMICOS 1990

	Hab.	Porcentaje
Poblacion Mayor de 12 años.....	848,957	69.69
Poblacion Económicamente Activa.....	380,350	44.80
-PEA Ocupada.....	367,801	96.70
-PEA Desocupada.....	12,549	3.30
Poblacion Económicamente Inactiva.....	453,676	53.46
No Especificada.....	14,737	1.74

TIPOLOGIA

NO ES MUNICIPIO ETNICO.....	
NO ES MUNICIPIO AGROPECUARIO.....	
SI ES MUNICIPIO INDUSTRIAL.....	
NO ES MUNICIPIO TURISTICO.....	
NO ES MUNICIPIO FRONTERIZO.....	
NO ES MUNICIPIO EN PROG. DE 100 CIUDADES.....	
SI ES MUNICIPIO COMERCIAL.....	
NO ES MUNICIPIO CON LITORAL.....	

PEA POR SECTOR DE ACTIVIDAD

	Personas	Porc.
Sector Primario.....	1,693	0.46
Sector Secundario.....	146,354	39.79
Sector Terciario.....	206,650	53.14
No Especificado.....	13,124	3.57

PEA POR RAMA DE ACTIVIDAD

	Personas	Porc.
Total PEA Ocupada.....	367,801	100.00
PEA Agricultura, Ganadería y Caza.....	1,693	0.46
PEA Minería.....	192	0.05
PEA Extracción de Petróleo y Gas.....	1,615	0.44
PEA Industrias Manufactureras.....	120,628	32.80
PEA Electricidad y Agua.....	3,040	0.83
PEA Construcción.....	28,859	7.87
PEA Comercio.....	67,441	18.34
PEA Transporte y Comunicaciones.....	27,091	7.37
PEA Servicios Financieros.....	6,540	1.78
PEA Armad. Pública y Defensa.....	17,464	4.75
PEA Servicios Comunitarios y Soc.....	29,349	7.98
PEA Servicios Profesionales y Tec.....	6,757	1.83
PEA Serv. Restaurantes y Hoteles.....	14,024	3.81
PEA Serv. Personales y Materiales.....	35,964	9.78
PEA No Especificada.....	13,124	3.57

COBERTURA DE SERVICIOS POR VIVIENDA

	Número	Porc.
Número de habitantes por Vivienda:	5 Habs.	
Viviendas Totales 1990.....	238,413	100.00
Con Agua Entubada y Drenaje.....	198,574	83.29
Con Agua Entubada.....	210,764	88.40
Con Energía Eléctrica.....	230,640	96.82

DATOS DE EDUCACION

Poblacion Analfabeta.....	5,231	
Poblacion de 6 a 14 años que sabe Leer y Escribir.....	93,361	
POBLACION MAYOR DE 15 AÑOS:		Porc.
Sin Instrucción.....	51,936	6.86
Con Primaria Incompleta.....	115,467	15.25
Con Primaria Completa.....	186,766	22.29
Poblacion con Inst. Post-Primaria.....	412,996	54.55

POBLACION POR TAMAÑO DE LOCALIDAD

	Número	Porc.
De 1 a 99 Hbs.....	0	0.00
De 100 a 499 Hbs.....	0	0.00
De 500 a 999 Hbs.....	0	0.00
De 1,000 a 1,999 Hbs.....	0	0.00
De 2,000 a 2,999 Hbs.....	0	0.00
De 3,000 a 4,999 Hbs.....	0	0.00
De 5,000 a 9,999 Hbs.....	0	0.00
De 10,000 a 14,999 Hbs.....	0	0.00
De 15,000 a 19,999 Hbs.....	0	0.00
De 20,000 a 24,999 Hbs.....	0	0.00
De 25,000 a 29,999 Hbs.....	0	0.00
De 30,000 a 34,999 Hbs.....	0	0.00
De 35,000 a 39,999 Hbs.....	0	0.00
De 40,000 a 44,999 Hbs.....	0	0.00
De 45,000 a 49,999 Hbs.....	0	0.00
De 50,000 a 54,999 Hbs.....	0	0.00
De 55,000 a 59,999 Hbs.....	0	0.00
De 60,000 a 64,999 Hbs.....	0	0.00
De 65,000 a 69,999 Hbs.....	0	0.00
De 70,000 a 74,999 Hbs.....	0	0.00
De 75,000 a 79,999 Hbs.....	0	0.00
De 80,000 a 84,999 Hbs.....	0	0.00
De 85,000 a 89,999 Hbs.....	0	0.00
De 90,000 a 94,999 Hbs.....	0	0.00
De 95,000 a 99,999 Hbs.....	0	0.00
De 1,000,000 en Adelante.....	1,218,135	100.00

CENTRO NACIONAL DE DESARROLLO MUNICIPAL
Secretaría de Gobernación

12-98-94

ESTADO: 15 ESTADO DE MEXICO

MUNICIPIO: 05A NEZAHUALCOYOTL

GOBIERNO Y ADMINISTRACION

Presidente.....	J. CARLOS VIRAS PAREDES
Periodo de Gobierno.....	01/01/94 AL 31/12/96
Núm. de Municipios del Estado.....	121
Núm. de Locales del Municipio.....	3
Superficie del Municipio.....	35 Km ²
Grado de Marginación.....	5630
Categoría Migratoria.....	ATRACCION

PRINCIPALES LOCALIDADES

Cabeza Municipal.....	CIUDAD NEZAHUALCOYOTL
Localidad 1.....	NEZA II
Localidad 2.....	
Localidad 3.....	
Localidad 4.....	

DATOS DE POBLACION

Población 1980.....	1,341,230 Habs.
Población 1990.....	1,250,115 Habs.
Tasa de Crecimiento Anual Interdecenal.....	-0.65 %
Número de Hombres 1990.....	615,947 Habs.
Número de Mujeres 1990.....	640,168 Habs.
Densidad Poblacional Municipal.....	39.000 Habs./Km ²

POBLACION ESTATAL

Población del Estado 1990.....	9,815,795 Habs.
Número de Hombres 1990.....	4,836,730 Habs.
Número de Mujeres 1990.....	4,977,163 Habs.
Superficie del Estado.....	243,055.00 Km ²
Densidad Poblacional Estatal.....	40.39 Habs./Km ²
Porcentaje de Población del Estado que vive en el Municipio.....	12.60 %

GRUPOS DE EDAD

	Hab.	Porcentaje
De 0 a 14 Años.....	433,444	34.51
De 15 a 64 años.....	782,591	62.30
Mayores de 65 Años.....	35,580	2.83
No Especificado.....	4,500	0.36

DATOS ECONOMICOS 1990

	Hab.	Porcentaje
Población Mayor de 12 Años.....	908,008	72.29
Población Económicamente Activa.....	412,307	45.41
-PEA Ocupada.....	399,797	96.97
-PEA Desocupada.....	12,510	3.03
Población Económicamente Inactiva.....	482,147	53.10
No Especificada.....	13,554	1.49

TIPOLOGIA

Nº ES MUNICIPIO ETNICO.....	
Nº ES MUNICIPIO AGROPECUARIO.....	
SI ES MUNICIPIO INDUSTRIAL.....	
Nº ES MUNICIPIO TURISTICO.....	
Nº ES MUNICIPIO FRONTERIZO.....	
Nº ES MUNICIPIO EN PROG. DE 100 CIUDADES.....	
SI ES MUNICIPIO CONURBADO.....	
Nº ES MUNICIPIO CON LITORAL.....	

PEA POR SECTOR DE ACTIVIDAD

	Personas	Porc.
Sector Primario.....	1,046	0.26
Sector Secundario.....	129,265	32.34
Sector Terciario.....	256,467	64.15
No Especificado.....	12,979	3.25

PEA POR RAMA DE ACTIVIDAD

	Personas	Porc.
Total PEA Ocupada.....	399,797	100.00
PEA Agricultura, Ganadería y Caza.....	1,046	0.26
PEA Minería.....	131	0.03
PEA Extracción de Petróleo y Gas.....	631	0.21
PEA Industrias Manufactureras.....	106,023	26.52
PEA Electricidad y Agua.....	2,690	0.67
PEA Construcción.....	19,402	4.90
PEA Comercio.....	69,251	17.33
PEA Transporte y Comunicaciones.....	29,742	7.44
PEA Servicios Financieros.....	7,806	1.95
PEA Acos. Pública y Defensa.....	23,306	5.83
PEA Servicios Sociales y Soc.....	34,008	8.52
PEA Servicios Profesionales y Tec.....	10,268	2.57
PEA Serv. Restaurantes y Hoteles.....	19,067	4.77
PEA Serv. Personales y Materiales.....	42,927	10.74
PEA No Especificada.....	12,979	3.25

COBERTURA DE SERVICIOS POR VIVIENDA

	Número	Porc.
Número de Habitantes por Vivienda.....	5 Habs.	
Viviendas Totales 1990.....	239,951	100.00
Con Agua Entubada y Drenaje.....	229,544	95.67
Con Agua Entubada.....	231,189	96.37
Con Energía Eléctrica.....	237,572	99.01

DATOS DE EDUCACION

Población Analfabeta.....	5,378	
Población de 6 a 14 Años que sabe Leer y Escribir.....	94,264	
POBLACION MAYOR DE 15 AÑOS:		Porc.
Sin Instrucción.....	60,552	7.40
Con Primaria Incompleta.....	123,543	15.10
Con Primaria Completa.....	177,983	21.75
Población con Inst. Post-Primaria.....	448,716	54.84

POBLACION POR TAMAÑO DE LOCALIDAD

De 1 a 99 Hbs.....	0	0.00
De 100 a 499 Hbs.....	0	0.00
De 500 a 999 Hbs.....	651	0.05
De 1,000 a 1,999 Hbs.....	0	0.00
De 2,000 a 2,999 Hbs.....	0	0.00
De 3,000 a 4,999 Hbs.....	0	0.00
De 5,000 a 9,999 Hbs.....	0	0.00
De 10,000 a 14,999 Hbs.....	0	0.00
De 15,000 a 19,999 Hbs.....	0	0.00
De 20,000 a 49,999 Hbs.....	0	0.00
De 50,000 a 99,999 Hbs.....	0	0.00
De 100,000 a 499,999 Hbs.....	0	0.00
De 500,000 a 999,999 Hbs.....	0	0.00
De 1'000,000 en adelante.....	1,255,456	99.95

CENTRO NACIONAL DE DESARROLLO MUNICIPAL
Secretaría de Gobernación

12-04-94

ESTADO: 15 ESTADO DE MEXICO

MUNICIPIO: 121 CUAUTITLAN-IZCALLI

GOBIERNO Y ADMINISTRACION

Presidencia.....	ED. FERNANDO GARCIA DE VAS
Periodo de Gobierno.....	01/01/94 AL 31/12/96
Núm. de Municipios del Estado.....	121
Núm. de localidades del Municipio.....	5
Superficie del Municipio.....	110 Km ²
Grado de Marginación.....	5036
Categoría Migratoria.....	

PEA POR SECTOR DE ACTIVIDAD

	Personas	Porc.
Sector Primario.....	1.227	1.26
Sector Secundario.....	45.028	46.06
Sector Terciario.....	48.462	49.57
No Especificados.....	3.047	3.12

PEA POR RAMA DE ACTIVIDAD

	Personas	Porc.
Total PEA Ocupada.....	47.764	100.00
PEA Agricultura, Ganadera y Caza.....	1.227	1.26
PEA Minería.....	111	3.12
PEA Extracción de Petróleos y Gas.....	741	0.76
PEA Industrias Manufactureras.....	28.851	39.74
PEA Electricidad y Agua.....	1.094	1.12
PEA Construcción.....	4.231	4.33
PEA Comercio.....	13.663	14.40
PEA Transporte y Comunicaciones.....	6.293	6.44
PEA Servicios Financieros.....	2.031	2.08
PEA Acadm. Pública y Defensa.....	4.169	4.26
PEA Servicios Comunes y Soc.....	9.370	9.58
PEA Servicios Profesionales y Tec.....	2.473	2.53
PEA Serv. Restaurantes y Hoteles.....	2.660	2.72
PEA Serv. Personales y Materiales.....	7.783	7.96
PEA No Especificada.....	3,047	3.12

PRINCIPALES LOCALIDADES

Cabecera Municipal.....	CUAUTITLAN IZCALLI
Localidad 1.....	IZCALLI
Localidad 2.....	ADIFLAN
Localidad 3.....	ADIFLAN
Localidad 4.....	TEPUBAC

DATOS DE POBLACION

Población 1986.....	173,754 Habs.
Población 1990.....	326,750 Habs.
Tasa de Crecimiento Anual Interdecenal.....	4.52 %
Número de hombres 1990.....	160,693 Habs.
Número de Mujeres 1990.....	166,057 Habs.
Densidad Poblacional Municipal.....	2,972.62 Hab./Km ²

POBLACION ESTATAL

Población del Estado 1990.....	9,815,795 Habs.
Número de Hombres 1990.....	4,838,738 Habs.
Número de Mujeres 1990.....	4,977,163 Habs.
Superficie del Estado.....	243,055.00 Km ²
Densidad Poblacional Estatal.....	40.29 Hab./Km ²
Porcentaje de Población del Estado que vive en el Municipio.....	3.33 %

GRUPOS DE EDAD

	Hab.	Porcentaje
De 0 a 14 Años.....	122,847	37.60
De 15 a 64 años.....	195,724	59.90
Mayores de 65 Años.....	6,748	2.07
No Especificado.....	1,431	0.44

DATOS ECONOMICOS 1990

	Hab.	Porcentaje
Población Mayor de 12 Años.....	227,351	69.56
Población Económicamente Activa.....	100,841	44.35
-PEA Ocupada.....	97,764	96.95
-PEA Desocupada.....	3,077	3.05
Población Económicamente Inactiva.....	123,373	54.27
No Especificada.....	3.137	1.38

TIPOLOGIA

NO ES MUNICIPIO ETNICO.....	
NO ES MUNICIPIO AGROPECUARIO.....	
SI ES MUNICIPIO INDUSTRIAL.....	
NO ES MUNICIPIO TURISTICO.....	
NO ES MUNICIPIO FRONTERIZO.....	
NO ES MUNICIPIO EN PROC. DE 100 CIUDADES.....	
SI ES MUNICIPIO CONURBADO.....	
NO ES MUNICIPIO CON LITORAL.....	

COBERTURA DE SERVICIOS POR VIVIENDA

	Número	Porc.
Número de Habitantes por Vivienda:	5 Habs.	
Viviendas Totales 1990.....	68,019	100.00
Con Agua Entubada y Drenaje.....	60,918	89.56
Con Agua Entubada.....	65,271	95.96
Con Energía Eléctrica.....	66,534	97.62

DATOS DE EDUCACION

Población Analfabeta.....	3,688	
Población de 6 a 14 Años que sabe Leer y Escribir.....	94,711	
POBLACION MAYOR DE 15 AÑOS:		
Sin Instrucción.....	10,554	5.21
Con Primaria Incompleta.....	21,600	10.77
Con Primaria Completa.....	38,049	18.79
Población con Inst. Post-Primaria.....	131,174	64.79

POBLACION POR TAMAÑO DE LOCALIDAD

	Hab.	Porc.
De 1 a 99 Hbs.....	87	0.01
De 100 a 499 Hbs.....	591	0.16
De 500 a 999 Hbs.....	2,190	0.67
De 1,000 a 1,999 Hbs.....	1,477	0.45
De 2,000 a 2,499 Hbs.....	0	0.00
De 2,500 a 4,999 Hbs.....	0	0.00
De 5,000 a 9,999 Hbs.....	9,167	2.61
De 10,000 a 14,999 Hbs.....	0	0.00
De 15,000 a 19,999 Hbs.....	0	0.00
De 20,000 a 49,999 Hbs.....	0	0.00
De 50,000 a 99,999 Hbs.....	0	0.00
De 100,000 a 499,999 Hbs.....	313,238	95.86
De 500,000 a 999,999 Hbs.....	0	0.00
De 1,000,000 en Adelante.....	0	0.00

CENTRO NACIONAL DE DESARROLLO MUNICIPAL
Secretaría de Gobernación

12-01-90

ESTADO: 15 ESTADO DE MEXICO

MUNICIPIO: 109 TULTITLAN

GOBIERNO Y ADMINISTRACION

Presidente.....	EL RECTOR CASAS SANCHEZ
Periodo de Gobierno.....	01/01/84 AL 31/12/96
Núm. de Municipios del Estado.....	121
Núm. de Localidades del Municipio.....	12
Superficie del Municipio.....	71 km ²
Grado de Marginación.....	2936
Categoría Aspiratoria.....	4242ACION

PEA POR SECTOR DE ACTIVIDAD

	Personas	Porc.
Sector Primario.....	648	0.96
Sector Secundario.....	23,894	35.94
Sector Terciario.....	25,296	38.62
No Especificado.....	2,376	3.29

PRINCIPALES LOCALIDADES

cabecera Municipal.....	TULTITLAN DE MARIANO ESCOBEDO
Localidad 1.....	MENAVISTA
Localidad 2.....	SAN PABLOS DE LAS SALINAS
Localidad 3.....	FUENTES DEL VALLE
Localidad 4.....	AMBULACION SAN MATEO

PEA POR RAMA DE ACTIVIDAD

	Personas	Porc.
Total PEA Ocupada.....	72,214	100.00
PEA Agricultura, Ganadería y Caza.....	648	0.90
PEA Minería.....	0	0.00
PEA Extracción de Petróleo y Gas.....	409	0.57
PEA Industrias Manufactureras.....	28,775	39.85
PEA Electricidad y Agua.....	604	0.84
PEA Construcción.....	4,058	5.62
PEA Comercio.....	10,462	14.49
PEA Transporte y Comunicaciones.....	5,003	6.93
PEA Servicios Financieros.....	1,124	1.56
PEA Armada, Póliza y Defensa.....	3,032	4.20
PEA Servicios Sociales y Socia.....	3,661	5.07
PEA Servicios Profesionales y Tec.....	1,477	2.05
PEA Serv. Restaurantes y Hoteles.....	2,133	2.95
PEA Serv. Personales y Materiales.....	6,404	8.87
PEA No Especificada.....	2,376	3.29

DATOS DE POBLACION

Población 1980.....	159,829 Habs.
Población 1990.....	244,404 Habs.
Tasa de Crecimiento Anual Interdecena.....	5.06 %
Número de hombres 1990.....	121,678 Habs.
Número de Mujeres 1990.....	122,726 Habs.
Densidad Poblacional Municipal.....	3,402.55 Habs./km ²

POBLACION ESTATAL

Población del Estado 1990.....	9,815,795 Habs.
Número de hombres 1990.....	4,838,738 Habs.
Número de Mujeres 1990.....	4,977,057 Habs.
Superficie del Estado.....	243,055.00 km ²
Densidad Poblacional Estatal.....	40.39 Habs./km ²
Porcentaje de Población del Estado que vive en el Municipio.....	2.51 %

COBERTURA DE SERVICIOS POR VIVIENDA

Número de Habitantes por Vivienda:	5 Habs.	
	Número	Porc.
Viviendas Totales 1990.....	49,847	100.00
Con Agua Entubada y Drenaje.....	40,014	80.27
Con Agua Entubada.....	43,790	87.85
Con Energía Eléctrica.....	48,843	97.99

GRUPOS DE EDAD

	Hab.	Porcentaje
De 0 a 14 Años.....	36,623	59.20
De 15 a 64 años.....	144,148	58.99
Mayores de 65 Años.....	3,023	2.04
No Especificado.....	670	0.27

DATOS DE EDUCACION

Población Analfabeta.....	4,774	
Población de 6 a 14 Años que sabe Leer y Escribir.....	94,028	
POBLACION MAYOR DE 15 AÑOS:		Porc.
Sin Instrucción.....	9,038	6.08
Con Primaria Incompleta.....	19,922	13.36
Con Primaria Completa.....	31,686	21.22
Población con Inst. Post-Primaria.....	86,392	57.91

DATOS ECONOMICOS 1990

	Hab.	Porcentaje
Población Mayor de 12 Años.....	167,972	68.15
Población Económicamente Activa.....	74,371	44.28
-PEA Ocupada.....	72,214	97.10
-PEA Desocupada.....	2,157	2.90
Población Económicamente Inactiva.....	89,434	53.24
No Especificada.....	4,167	2.46

POBLACION POR TAMAÑO DE LOCALIDAD

De 1 a 99 Hbs.....	127	0.05
De 100 a 499 Hbs.....	185	0.04
De 500 a 999 Hbs.....	722	0.29
De 1,000 a 1,999 Hbs.....	2,130	0.86
De 2,000 a 2,499 Hbs.....	0	0.00
De 2,500 a 4,999 Hbs.....	0	0.00
De 5,000 a 9,999 Hbs.....	0	0.00
De 10,000 a 14,999 Hbs.....	0	0.00
De 15,000 a 19,999 Hbs.....	18,266	6.60
De 20,000 a 49,999 Hbs.....	28,164	11.43
De 50,000 a 99,999 Hbs.....	84,217	34.17
De 100,000 a 499,999 Hbs.....	0	0.00
De 500,000 a 999,999 Hbs.....	114,653	46.52
De 1'000,000 en Adelante.....	0	0.00

TIPOLOGIA

NO ES MUNICIPIO ETNICO.....	
SI ES MUNICIPIO AGRICULTOR.....	
SI ES MUNICIPIO INDUSTRIAL.....	
NO ES MUNICIPIO TURISTICO.....	
NO ES MUNICIPIO FRONTERIZO.....	
NO ES MUNICIPIO EN PROG. DE 100 CIUDADES.....	
SI ES MUNICIPIO CONURBADO.....	
NO ES MUNICIPIO CON LITORAL.....	

CENTRO NACIONAL DE DESARROLLO MUNICIPAL
Secretaría de Gobernación

32-06-74

ESTADO: 15 ESTADO DE MEXICO

MUNICIPIO: 104 TLALNEPANTLA DE BAZ

GOBIERNO Y ADMINISTRACION

Presidente.....	C. ARTURO UGALDE SEÑESES
Periodo de Gobierno.....	01/01/74 Al 31/12/76
Núm. de Motos del Estado.....	121
Núm. de Locaciones del Municipio.....	2
Superficie del Municipio.....	63 Km ²
Grado de Marginación.....	BAJO
Categoría Migratoria.....	ATRACCION

PRINCIPALES LOCALIDADES

Cabecera Municipal.....	TLALNEPANTLA DE BAZ
Localidad 1.....	PUERTO ESCONDIDO
Localidad 2.....	
Localidad 3.....	
Localidad 4.....	

DATOS DE POBLACION

Población 1980.....	776,173 Habs.
Población 1990.....	702,607 Habs.
Tasa de Crecimiento Anual Inter censal	-1.01 %
Número de hombres 1990.....	343,976 Habs.
Número de Mujeres 1990.....	358,633 Habs.
Densidad Poblacional Municipal.....	6.416.67 Hab./Km ²

POBLACION ESTATAL

Población del Estado 1990.....	9,615,795 Habs.
Número de Hombres 1990.....	4,638,736 Habs.
Número de Mujeres 1990.....	4,977,163 Habs.
Superficie del Estado.....	243,955.00 Km ²
Densidad Poblacional Estatal.....	40.39 Hab./Km ²
Porcentaje de Población del Estado que vive en el Municipio.....	7.16 %

GRUPOS DE EDAD

	Hab.	Porcentaje
De 0 a 14 Años.....	230,026	32.73
De 15 a 64 años.....	449,127	63.90
Mayores de 65 Años.....	22,430	3.19
No Especificado.....	1,224	0.17

DATOS ECONOMICOS 1990

	Hab.	Porcentaje
Población Mayor de 12 Años.....	519,744	73.95
Población Económicamente Activa.....	237,649	45.72
-PEA Ocupada.....	230,915	97.17
-PEA Desocupada.....	6,734	2.83
Población Económicamente Inactiva.....	272,460	52.42
No Especificada.....	9,635	1.85

TIPOLOGIA

NO ES MUNICIPIO ETNICO.....	
SI ES MUNICIPIO AGROPECUARIO.....	
SI ES MUNICIPIO INDUSTRIAL.....	
NO ES MUNICIPIO TURISTICO.....	
NO ES MUNICIPIO FRONTERIZO.....	
NO ES MUNICIPIO EN PROG. DE 100 CIUDADES.....	
SI ES MUNICIPIO COMBADO.....	
NO ES MUNICIPIO CON LITORAL.....	

PEA POR SECTOR DE ACTIVIDAD

	Personas	Porc.
Sector Primario.....	690	0.36
Sector Secundario.....	92,262	39.95
Sector Terciario.....	128,172	55.51
No Especificado.....	4,791	4.24

PEA POR RAMA DE ACTIVIDAD

	Personas	Porc.
Total PEA Ocupada.....	230,915	100.00
Pea Agricultura, Ganadería y Caza.....	690	0.36
Pea Minería.....	266	0.12
PEA Extracción de Petróleo y Gas.....	1,721	0.75
PEA Industrias Manufactureras.....	76,634	33.27
PEA Electricidad y Agua.....	2,593	1.12
PEA Construcción.....	10,628	4.61
PEA Comercio.....	36,281	15.71
PEA Transporte y Comunicaciones.....	17,291	7.49
PEA Servicios Financieros.....	5,750	2.49
PEA Admón. Pública y Defensa.....	9,844	4.26
PEA Servicios Comunes y Soc.....	21,794	9.44
PEA Servicios Profesionales y Tec.....	6,549	2.84
PEA Serv. Restaurantes y Hoteles.....	6,067	3.50
PEA Serv. Personales y Materiales.....	22,576	9.78
PEA No Especificada.....	9,791	4.24

COBERTURA DE SERVICIOS POR VIVIENDA

Número de Habitantes por Vivienda:	5 Habs.	Número	Porc.
Viviendas Totales 1990.....		144,366	100.00
Con Agua Entubada y Drenaje.....		137,034	94.92
Con Agua Entubada.....		140,463	97.30
Con Energía Eléctrica.....		143,370	99.31

DATOS DE EDUCACION

Población Analfabeta.....	5,024
Población de 6 a 14 Años que sabe Leer y Escribir.....	93,786
POBLACION MAYOR DE 15 AÑOS:	Porc.
Sin Instrucción.....	29,944 6.35
Con Primaria Incompleta.....	50,414 12.39
Con Primaria Completa.....	90,649 19.22
Población con Inst. Post-Primaria.....	266,368 60.73

POBLACION POR TAMAÑO DE LOCALIDAD

	Número	Porc.
De 1 a 99 Hbs.....	0	0.00
De 100 a 499 Hbs.....	0	0.00
De 500 a 999 Hbs.....	537	0.08
De 1,000 a 1,999 Hbs.....	0	0.00
De 2,000 a 2,499 Hbs.....	0	0.00
De 2,500 a 4,999 Hbs.....	0	0.00
De 5,000 a 9,999 Hbs.....	702,270	99.92
De 10,000 a 14,999 Hbs.....	0	0.00
De 15,000 a 19,999 Hbs.....	0	0.00
De 20,000 a 49,999 Hbs.....	0	0.00
De 50,000 a 99,999 Hbs.....	0	0.00
De 100,000 a 499,999 Hbs.....	0	0.00
De 500,000 a 999,999 Hbs.....	0	0.00
De 1'000,000 en adelante.....	0	0.00

Subsección

CENTRO NACIONAL DE DESARROLLO MUNICIPAL
DIRECCION DEL SISTEMA NACIONAL DE INFORMACION MUNICIPAL
MUNICIPIOS CON DESARROLLOS INDUSTRIALES

Página :
Hora : 12:14pm

S.N.I.T.R.
Fecha : 02-08-74

ESTADO : ES ESTADO DE MEXICO MUNICIPIO : IGA TOLUCA

NOMBRE DEL DESARROLLO :		ESPECIALIZACION :
PARQUE INDUSTRIAL CUANTÉMOC		EN CONTINGENCIA
PARQUE INDUSTRIAL EXPORTEC I		GENERAL (ALTA TECNOLOGIA)
PARQUE INDUSTRIAL SAN ANTONIO BUENAVISTA		METAL-MECANICA
PARQUE INDUSTRIAL SAN PEDRO TOLTEPEC		EN CONTINGENCIA
PARQUE INDUSTRIAL AMPLIACION EXPORTEC		ALTA TEC. Y EMPONADORAS
PARQUE INDUSTRIAL TOLUCA		GENERAL

No. DE DESARROLLOS INDUSTRIALES EN ESTE MUNICIPIO : 0

DESARROLLO INDUSTRIAL : PARQUE INDUSTRIAL TOLUCA ESPECIALIZACION : GENERAL

PROPIEDAD..... : APAL.	[NO. DE PERSONAS OCUPADAS :	[PORCENTAJE DE CLIENTES :
TIENE REGISTRO SECOFI..... : NO	• EN CONSTRUCCION.... : N.O.	• CLIENTES NACIONALES... : N.O.
TIENE REGISTRO INTERNO..... : NO	• EN OPERACION..... : N.O.	• CLIENTES EXTRANJEROS... : N.O.

SUPERFICIE TOTAL (HECTAREAS) : 26	NO. TOTAL DE EMPRESAS
• HECTAREAS URBANIZADAS..... : 0	• EN PROYECTO..... : N.O.
• SUPERFICIE DE HECTAREAS VENDIDAS.... : 22	• EN CONSTRUCCION... : N.O.
• SUPERFICIE DISPONIBLE DE HECTAREAS.. : N.O.	• EN OPERACION..... : N.O.

[APOYOS FINANCIEROS]	[PROBLEMÁTICA PRINCIPAL]
N.O.	N.O.

NUMERO DE EMPRESAS CON QUE CUENTA : 14

[EMPRESA]	[GIRO]	[PRODUCTO]	[NO. EMPLEADOS]
• MÜPPER'S	IND. QUÍMICA	N.O.	50
• ARTESANIAS DITE Y PREFABRICADOS	OTRAS IND.	N.O.	38
• VALDETABLAS INDUSTRIAL MEXICO	FABRICACION	ALIMENTOS	35

[INFRAESTRUCTURA URBANA EN EL DESARROLLO INDUSTRIAL]	[EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS]
• GUARDACION..... SI	• TELEFONO..... SI
• BANQUETA..... NO	• TELEX..... NO
• PAVIMENTU..... SI	• COMUNICACION VIA SATELITE..... N.O.
• ALUMBRADO PUBLICO..... SI	• VIA DE FERROCARRIL..... NO
• RED DE AGUA POTABLE..... SI	• ESTACION DE VOMBOS..... NO
• DRENAJE SANITARIO..... SI	• PLAN DE ALBERGUE..... N.O.
• DRENAJE PLUVIAL..... NO	• ADUANA INTERIOR..... NO
• PTA. DE TRAT. DE AGUAS NEGRAS... NO	• SALA DE EVENTOS ESPECIALES... N.O.
• SUBESTACION ELECTRICA..... SI	• GUARDERIA INFANTIL..... N.O.
• RED ELECTRICA..... SI	• AREAS RECREATIVAS..... N.O.
• RED DE GAS..... NO	• AREAS VERDES..... N.O. * N.O. : Inf. no disponible

CAPITULO 3

LA PRENSA REGIONAL Y SUS RELACIONES CON EL PODER VISTAS POR
EL PROFESIONAL

3.1. LA PRENSA REGIONAL Y LA SOCIEDAD

"El tema de la prensa es uno de los grandes temas que no cubre, y deberíamos empezar a preguntarnos al servicio de quién está, qué estándares tiene, qué intereses la mueven y cómo ha eclipsado al interés público y el interés por la verdad". Carl Bernstein.

México no se considera como una nación que se caracteriza por no gozar de libertad de prensa, o por censura sino por una estricta "orientación de los medios".

"El gobierno mexicano casi ha institucionalizado la práctica de comprometer a los medios con el soborno indirecto, al inscribir a periodistas a la nómina del gobierno, al mantener el control sobre el sector económico para bloquear inserciones pagadas a los medios críticos"²³.

Los periodistas mexicanos gozan de una libertad de prensa "relativa", sobre todo en los medios de comunicación impresos, sin embargo dista de estar al nivel deseable.

Hasta hace algunos años la falta de libertad de prensa ubicaba a México al lado de países como Bangladesh, Kuwait y Mónaco. El control del gobierno mexicano sobre la prensa es muy sofisticado; en la prensa mexicana no hay censores, sin embargo existe la censura.

El mecanismo generalmente empleado para suprimir el pensamiento no es la censura gubernamental, sino el padecimiento de la autocensura.

"La censura es en gran medida autocensura, por un lado de periodistas y comentaristas que se ajustan a la realidad de los requerimientos organizados de las fuentes y los medios de comunicación, y por otro de los responsables de alto nivel de dichos medios, que fueron elegidos para poner en práctica las constricciones - que en muchos casos han interiorizado - impuestas por los propietarios y por otros centros de poder, tanto del mercado como gubernamentales"²⁴.

Un caso de esta autocensura fue el 15 de mayo de 1984 en el sexenio del entonces Presidente Miguel de la Madrid, en que llegó a mis manos un cable de Reuter poniendo a descubierto las millonarias cuentas bancarias (162 millones de dólares), que De la Madrid tenía en Suiza. Envié rápidamente la información al periódico local de Ecatepec para el que laboraba, la respuesta del director y su medio ante la noticia fue el silencio y la cautela.

²³ Raymundo Rivalpalacio. *Revista Mexicana de la Comunicación*. No. 12. 1990.

El periodismo regional no ha funcionado como puente entre quienes gobiernan y quienes son los gobernados ni ha sido el espejo de la sociedad.

La prensa regional mexiquense ha sido el medio por el cual las elites se comunican entre sí; la prensa de Ecatepec no responde a las necesidades y reclamos populares, puesto que no está en contacto con los ciudadanos.

De hecho los medios locales sirven para movilizar el apoyo a favor de intereses especiales que dominan la actividad municipal, estatal y privada.

En este municipio, quienes ostentan el poder (presidentes en turno, caciques locales) para fijar los términos del discurso para decir que es lo que el público en general puede ver, oír y pensar y, para dirigir la opinión pública por medio de campañas de propaganda regulares.

²⁴ Noam Chomky y Edwrds Herman. Los Guardianes de la Libertad. Barcelona. 1995. p. 24.

3.2. LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL AYUNTAMIENTO DE ECATEPEC COMO CENSURA Y MEDIADORA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

A pesar de la crisis económica del país, para algunos periódicos locales de Ecatepec, sigue siendo un gran negocio, no obstante su reducido tiraje de ejemplares, debido a que los políticos compran sus espacios - en forma de gacetillas - para hacerse publicidad, reproducir discursos o promover sus acciones.

El entonces jefe de prensa y comunicación social, Antonio Yañez, redujo la "ayuda económica" sutilmente llamado al "chayo" en el municipio de Ecatepec a los reporteros locales pero la sostuvo para los corresponsales de los diarios más importantes como Excélsior, El Universal, UNOMASUNO, entre otros.

Yañez guardaba celosamente una lista de 10 medios locales de comunicación que recibían el "apoyo" municipal por concepto de publicidad, para continuar editando sus periódicos, entre ellos estaban : La Voz de Ecatepec, El Vocero de México, Cambio Político, Renovación, Entre Valles y Acontecer.

Los periódicos venden espacio en la portada. Los llaman en la jerga "100 líneas ágata" (una medida tipográfica), lo

que quiere decir vender dos párrafos, más el encabezado y sus subtítulos.

Los lectores son engañados con estas prácticas, sin embargo, no obstante la gran cantidad de pequeños periódicos que aparecen en el municipio ecatepense, la mayoría de los habitantes (aproximadamente 3 millones) ni siquiera los conocen.

La gacetilla oculta en la noticia es debido a que: "El propagandista no puede revelar evidentemente las auténticas intenciones de aquel a cuyas órdenes trabaja... Ello supondría someter los proyectos a discusión pública, al escrutinio de la opinión pública, evitando así su triunfo... por el contrario, la propaganda debe velar esos proyectos, enmascarando su auténtica intención"²⁵.

Resulta mucho más difícil advertir la actuación de un sistema propagandístico por medio de gacetillas cuando los medios de comunicación son privados y no existe censura formal; en particular cuando tales medios compiten activamente, atacan y exponen con cierta periodicidad los errores del gobierno y las corporaciones, y se califican enérgicamente de portavoces de la libertad de expresión y de los intereses generales de la comunidad.

Algunas de las características de la prensa local de Ecatepec son: la publicidad oficial por medio de gacetillas; la

²⁵ Idem.

dependencia de los medios de información proporcionada por el gobierno, las empresas y los "expertos", información aprobada principalmente por los agentes del poder; las "contramedidas" y correctivos diversos como métodos para disciplinar a los medios de comunicación.

De éste último punto podemos dar un ejemplo. Cuando participe como subdirector del semanario ACONTECER ocurrió un incidente en el partido oficial del municipio de Ecatepec, sólo nuestro reportero Guillermo Palma (q. e. p. d.) obtuvo fotografías y la nota de lo ocurrido, un policía herido de bala en el interior de PRI local.

El entonces jefe de prensa, trató de "comprar" al reportero, al no lograrlo, habló con la dirección del semanario para pedir que no fuera publicada la información. Pese a todas las presiones decidí publicar la nota en portada el 19 de agosto de 1994, número de ejemplar 258 con la siguiente cabeza: "Balacera en el PRI de Ecatepec". Así como una fotografía del policía herido al momento de ser trasladado a la Cruz Roja.

El resultado fue la suspensión inmediata de los pagos por concepto de publicidad durante cinco meses y la discriminación del reportero de ACONTECER en la oficina de prensa. Asimismo al ser repartido el ejemplar en el Palacio Municipal, un integrante de Gobernación municipal se encargó de recoger todos los ejemplares de nuestra edición.

Por si fuera poco, un corresponsal del periódico EXCELSIOR retomó la información obtenida en nuestro medio local y negoció con el jefe de prensa para no publicar la información.

En realidad las oficinas de prensa fueron hechas, no para ofrecer una silla y máquina de escribir al reportero y otorgar café y galletas, además del servicio de teléfono y telefax, sino controlar la información del ayuntamiento o institución a la que presten sus servicios. De esta manera sólo saldrá la "noticia" que convenga a los intereses del funcionario titular.

"Detrás de las labores de información que cumplen como canales de difusión del gobierno, las oficinas de prensa, bajo rubros como partidas especiales, partidas confidenciales, atenciones a periodistas, gastos imprevistos o publicidad, corrompen y mediatizan a instituciones periodísticas y reporteros"²⁶.

Del contubernio de los jefes de prensa con el reportero sobresale por espinoso el "chayo", otorgado directamente a un representante de la prensa por las oficinas de comunicación de una dependencia estatal, del PRI, de los grupos caciquiles y de otro tipo de corporaciones.

Sin embargo, "la forma de corrupción menos documentada, pero de mayor alcance tiene que ver con ciertos privilegios

²⁶ Rafael Rodríguez Castañeda. Prensa Vendida. 3ª edición. México. 1993. p.229.

concedidos a directivos de los medios o reporteros de "prestigio": obtención de créditos, permisos de importaciones y exportaciones, facilidad para conseguir viviendas o instalar negocios, a través de los cuales ganan "influencia política" y obtienen ventajas económicas directivas"²⁷.

El mecanismo más eficaz de las oficinas de prensa es el control de los medios a través de la publicidad gubernamental por medio de gacetillas y desplegados.

En Ecatepec, como en el resto del país el mayor financiador de la publicidad de los periódicos es el gobierno, aún cuando su tiraje sea mínimo, obtienen enormes ganancias, de ahí la resistencia de los reporteros empíricos a retirarse del medio en épocas de crisis.

Los directores de comunicación social de ayuntamientos "pagadores" como el de Ecatepec, tienen una gran influencia con los directores de los periódicos locales y editores de provincia de los periódicos nacionales, por lo que se apropian del derecho de vetar reporteros que cubren su área de influencia.

Así los comunicadores con una reputación de agresivos pueden ser rechazados por el funcionario de prensa, quien tiene miles de pesos para otorgar publicidad y comprar el poder para influir en su opinión.

²⁷ Informe Especial. México, D. F. Ed. Cárdenas. 1991. No. 65.

3.3 LA GACETILLA COMO PUBLICIDAD ENMASCARADA DE NOTICIA.

La publicación de gacetillas, anuncios políticos pagados que son presentados como notas informativas, reportajes o columnas, es una práctica común en los periódicos locales de Ecatepec y de los llamados diarios nacionales.

No obstante este material es el producto de una oficina de prensa, enviados por las instancias oficiales y publicados en los periódicos por su valor monetario. En el municipio de estudio, es común que el reportero vaya por el boletín y orden de inserción.

Sin embargo, el "apoyo" oficial a los periódicos locales es difícil de estimar, ya que no se tiene acceso a los libros contables y en la mayoría de los casos no tiene registros de ésta naturaleza.

Asimismo, el 95 por ciento de estos pequeños medios de comunicación que tienen registros contables, no mantiene cuentas separadas para las gacetillas o publicidad política, social o iniciativa privada, contándola simplemente como ingreso de publicidad.

Salvo la estimación, basada en una revisión de los periódicos locales de Ecatepec y de entrevistas con algunos editores, es que podemos calcular que los principales periódicos publican un gran porcentaje de sus portadas principales y contraportadas financiadas por el ayuntamiento

de Ecatepec o de otros ayuntamientos aledaños; por supuesto que otras gacetillas con publicadas en interiores.

A pesar de su presencia, son difícilmente identificadas - y raramente se toca el tema - fuera de los círculos políticos y los periodistas.

La Ley no escrita en el periodismo es recordada con frecuencia entre los reporteros empíricos: "*Perro no come carne de perro*".

La gacetilla se paga en promedio dos o tres veces el precio de una publicidad comercial e incluso mucho más por una posición en primera página.

Es un hecho que sin la gacetilla el municipio de Ecatepec no podría tener un puñado de periódicos; no obstante los miles de pesos que gasta el ayuntamiento en estos periódicos locales su presencia en la sociedad es inexistente debido a su nula circulación en la comunidad.

La orden de inserción de la gacetilla es preparada como cualquiera otra transacción comercial: una factura es preparada, casi siempre por el reportero que cubre la "fuente" o el municipio, pasada la publicidad al periódico regresan nuevamente el reportero, después de un mes visitará las oficinas contables del ayuntamiento para recoger el pago en cheque.

También es natural que los corresponsales o reporteros locales carguen entre sus boletines, una lista de precios de la publicidad política o comercial

Los diferentes precios enlistados para las gacetillas son insinuados en diversas formas de pago para el director de comunicación social.

También es común que las gacetillas sean solicitadas por el reportero que cubre la "fuente", o son sugeridas por el encargado de la sala de prensa (en caso de ser un medio de prestigio), empero cuando son reporteros de la llamada "prensa chica" realizan penitencias enormes para conseguir la publicidad.

Un reportero puede hablar con el director de comunicación social para "traer" determinado reportaje, y el jefe de la oficina de prensa responderá: "tráela por media página"; en esos casos el reportero escribe el reportaje sin ninguna revisión del cliente, está entendido que el personaje o la instancia oficial está recibiendo amplia cobertura en la información del medio.

Para prevenir alguna confusión cuando el reportero no puede cubrir un evento (o aún cubriéndolo) los redactores de la sala de prensa realizan el boletín informativo.

Las gacetillas insertadas en los periódicos se publican sin el nombre del reportero y un estilo que puede ser diferente del medio en que ha sido publicado.

Las gacetillas no son medios estrictamente usados por las instancias gubernamentales, es frecuente el uso de esta publicidad en grandes compañías para anunciar el nombramiento de un nuevo director o ejecutivo o línea de productos.

Estos anuncios pagados son casi siempre acompañados de una fotografía (gráfica), típicamente mostrando al alto ejecutivo de la compañía, estando en semicírculo o saludando al recién llegado.

En algunos casos, sólo la fotografía puede ir como una gacetilla, por ejemplo en cócteles privados, bautizos o bodas y fiestas de XV años.

Desde el punto de vista político, la publicación de la gacetilla del ayuntamiento será lo más importante, por lo que los anuncios políticos son presentados como artículos propios del periódico.

Otra clase de publicidad política puede ser encontrada en las columnas políticas locales de Ecatepec y del resto del Estado de México.

En ocasiones los columnistas de la prensa local se prestan para la "comedia política" y lanzan periodicazos (ataques periodísticos) o guayabazos (alabanzas) a funcionarios mayores o menores en el gobierno, sindicatos, industrias gubernamentales y negocios privados. Los funcionarios pagan a los columnistas para tenerlos a favor y denunciar a sus adversarios.

Como ya se mencionó, no todos los pagos a los miembros del equipo del periódico son a través del periódico; algunos son simplemente pagos hechos directamente al columnista o el reportero. Por supuesto que existen los raros comunicadores que rehusan este medio de comprar su pluma.

Si el director sospecha que el material redactado por el reportero tiene "cola" (fue pagado por los canales informales), él simplemente puede dejarlo fuera de la publicación. Cuando el periodista pregunta por qué no se publicó su artículo, el editor con una breve sonrisa contestará que no había suficiente espacio; lo anterior es una forma de disciplinar a los reporteros.

Es cotidiano que los reporteros sean promovidos o se les den fuentes o municipios especiales como resultado de su habilidad para conseguir publicidad política.

De esta manera, ansiosos jóvenes reporteros de Ecatepec emprenden la cacería de gacetillas, como fuente principal de ingreso para su periódico, para "verse bien" con los jefes inmediatos.

El reportero que dedica esfuerzo especial en establecer buenos contactos políticos, casi siempre termina usándolos para presionar al director de comunicación social del ayuntamiento para que le otorgue publicidad.

Dado el enorme número de periódicos locales en Ecatepec y demás ayuntamientos en la Zona Metropolitana de la Ciudad

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

de México (ZMCM), la competencia por las gacetillas, un reportero bien conectado será "la niña de los ojos" del medio impreso.

Dentro de los periódicos, la promoción hacia una "buena fuente" puede ser utilizada para premiar a un reportero, y su asignamiento a una no pagada es una forma de castigo.

Como regla general los reporteros reciben el 15 por ciento de comisión de las gacetillas que vienen de sus municipios o "fuentes".

Un reportero que sea crítico con el gobierno municipal o que por razones de principios morales no sea cazador de gacetillas, puede sin intención bloquear un ingreso importante para su medio y será relegado o destituido por su director.

CAPITULO 4**LOS VALORES PROFESIONALES DEL PERIODISTA LOCAL****4.1 CARACTERÍSTICAS DE LA INFORMACIÓN, EL REPORTERO LOCAL.**

El aprecio del público por los periodistas locales es bastante bajo y por lo tanto su credibilidad está por los suelos, incluso son comparados en su ética profesional al lado de policías y políticos.

Los periodistas locales han sido objeto de aborrecimiento y menosprecio por una comunidad como la ecatepense, que espera mucho de ellos. En lugar de ser considerados como líderes de opinión, se les tiene por lo general como "paleros", ignorantes, desinformadores y corruptores de la verdad.

"En esta nueva cultura de marquesina periodística, enseñamos a nuestros lectores y a nuestros televidentes que lo trivial es lo importante, que lo sensacionalista y lo alarmante son más importantes que las noticias reales; no estamos al servicio de nuestros lectores y televidentes, somos unos alcahuetes y condescendientes, dándoles lo que

pensamos que quieren y lo que calculamos que se venderá y aumentará el número de lectores y ratings"²⁸.

De hecho, la llegada de los egresados universitarios de la carrera de periodismo y comunicación colectiva, en la mayoría de los casos, al municipio de Ecatepec suele ser de tránsito pasajero o terreno se salto para reporteros que han fracasado en otros medios, una clase de Siberia periodística.

Las presiones comerciales que confrontan los periódicos locales y regionales los obligan a poner en su agencia de negocios el reunir noticias sobre la ciudad, región y municipio. Existe una clara necesidad de seleccionar y presentar noticias capaces de interesar a una audiencia suburbana, diversa y dispersa, así como para tener una fuente de publicidad de base.

Para esto, las decisiones del reportero de manera individual pueden jugar un papel clave en la selección y presentación de la información recolectada. Por lo que es importante la jerarquización de la redacción dentro de la cual los reporteros locales trabajan, y los valores personales y profesionales que guían sus reportajes y notas.

Dentro de estas restricciones, sin embargo, el personal de nivel más bajo es libre de llevar a cabo sus tareas

²⁸ Car Berntein. NEXOS. No. 177. México 1992.

cotidianas con relativa independencia, usando sus propios métodos de trabajo.

"En la jerarquía del periódico metropolitano, el editor y los editores ejecutivos, tienen que hacer de la ganancia su principal objetivo, tomar decisiones presupuestales y guiar a la dirección completa del periódico para cumplir este objetivo"²⁹.

Los periodistas locales tienen un procedimiento de operativos similares de trabajo ; en el proceso de reportear, ellos aprenden a adherirse a algunos valores profesionales que los guían en su búsqueda de noticias y publicidad.

La búsqueda comienza en las conferencias de prensa gubernamentales y la liberación de noticias, a lo largo de la inspección policiaca y procedimientos de pistas, proporcionando un flujo de notas y reportajes para las publicaciones locales.

Mientras las noticias de actividades del presidente municipal o un incendio no es el fenómeno más novedoso del municipio, éstas son las historias más fáciles con audiencia de interés para encontrarlas cada día.

Sin embargo, los funcionarios gubernamentales pueden manipular la cobertura de noticias al proporcionar a los reporteros " la información conveniente", esto es información

²⁹ Phyllis Kaniss. Making Local News. 3ª edición. E. U. The University of Chicago Press. 1991.

que puede ser fácilmente transformada en noticias para una gran audiencia.

Por ejemplo, los "eventos de mas media" que proporcionan "oportunidades de foto" hace el trabajo del reportero más simple y, por consiguiente son publicados para promocionar los trabajos gubernamentales que los orquestaron.

Sin embargo, las necesidades del funcionamiento de los procedimientos operativos estándar en el nivel local, junto con las restricciones e incentivos puestos por la alta dirección del periódico, influncian de manera que los periodistas locales se aproximarán a la cobertura de la ciudad o la región.

"El periodismo, conviene no olvidarlo, convierte a las noticias en entradas monetarias, puesto que de las informaciones que atraen la atención de los lectores porque excitan al máximo su interés, depende de la circulación, que en último análisis determina el valor de los periódicos como medios de publicidad, frente principal de sus ingresos"³⁰.

La proximidad geográfica también juega un papel en la búsqueda de información del periodista local. La mayoría de los periódicos metropolitanos aún tiene su oficina en corazón de la capital. Incluso sus medios llevados a las oficinas de prensa del Distrito Federal (caso de ACONTECER y varios periódicos locales).

³⁰ Francisco Zamora. A un Joven Periodista Mexicano. México. Empresas Editoriales S. A. 1969. p. 18.

Por su parte, los reporteros en sus rondas diarias tienden a ver la ciudad y los ayuntamientos municipales más que las colonias. De esta manera, la construcción de grandes obras arquitectónicas parece tener más interés periodístico que el crecimiento industrial y los parques industriales que nacen a través de la región.

El comunicólogo Sigal ha señalado "las restricciones de localización social prueban las fuentes de noticias del reportero. Los reporteros no son átomos flotando libremente en una masa de humanidad. Ellos ocupan lugares fijos, geográfica y socialmente, que limitan su búsqueda de fuentes de noticias"³¹.

La ciudad no sólo produce información más accesible, sino también más de las noticias tradicionales que los reporteros están usando para informar. El gobierno de la ciudad está más apto para generar la clase de corrupción política que llega fácilmente a cubrir lentamente juicios; y en las deterioradas comunidades donde impera la pobreza son en muchas de las veces los sitios de los crímenes y fuente de nota roja, que puede ser o no cubiertos por las inspecciones diarias de la policía.

La diversidad ética del municipio de Ecatepec y otros municipios de la ZMCM, produce más protestas y otras formas

³¹ Idem.

visibles de conflicto que hace el elegante manejo de los gobiernos suburbanos socialmente homogéneos.

De esta manera, los valores profesionales que ponen una premisa en la accesibilidad y la definición tradicional de la "convivencia" de las noticias, juega papeles importantes en el enfoque continuado de los reporteros locales en las noticias de la ciudad en la metrópoli suburbanizada.

Pero la miopía de la ciudad también refleja la típica visión personal del periodista, en que la ciudad es más importante que los suburbios y más interesante.

Los editores continúan dando la primera plana a noticias que tratan de la ciudad y menos con las que tocan los suburbios, y los artículos enfatizan la perspectiva de la ciudad en muchos eventos regionales.

Dentro de esta miopía de ciudad, mucho de lo que es cubierto por los periodistas locales es la clase se noticias accesibles obtenidas por la búsqueda rutinaria de información en las fuentes del gobierno de la ciudad, así como la policía y los ministerios públicos.

4.2 LOS PERIODISTAS LOCALES Y EL MIEDO A LOS NÚMEROS.

La cobertura de noticias locales de un nuevo proyecto de desarrollo mayor, a menudo empieza con una conferencia de prensa llamada por los altos funcionarios de la ciudad para anunciar el proyecto nuevo a las publicaciones locales y los periodistas radiofónicos.

Los oficiales presentan a los reporteros no simplemente argumentos cualitativos a favor del proyecto sino estimaciones cuantitativas de sus costos proyectados, estas estimaciones de costos y beneficios son raramente cuestionadas por los periodistas.

Mientras estas suposiciones son cruciales para la evaluación de un proyecto mayor, los reporteros no están entrenados para cuestionar las estimaciones del multiplicar a las tasas de inflación.

Los reporteros han sido descritos como "confundidos por las cuestiones técnicas involucradas" y son por lo tanto, forzados a depender de los oficiales locales para explicar las nuevas propuestas.

"Los representantes de los medios de comunicación pretenden que lo que el gobierno dice es de interés periodístico por derecho propio"³².

³² Bond Frasser. Introducción al Periodismo. Editorial Limusa. México. 1986. Pág. 52.

"Sin embargo, si las aseveraciones del gobierno son transmitidas sin contexto ni evaluación, y sin considerar un posible intento de manipulación por parte del gobierno, los propios medios de comunicación habrán permitido ser dirigidos, de hecho, a los medios de comunicación se les engaña prácticamente a diario"³³.

En general como una profesión, los periodistas tienden a ser caracterizados por un miedo a los números que les impide investigar en las estimaciones de costos y beneficios. Ellos tienden a no gustarles los números o no tienen esa destreza.

El porque de esta falta de entendimiento de la información cuantitativa, es un procedimiento aceptado por los reporteros para simplemente reproducir sin cuestionar las estimaciones de costos y beneficios de las iniciativas propuestas suministrados a ello por los oficiales que están proponiendo tales iniciativas.

Frihman, descubriendo tales procesos rutinarios, ha señalado la perversidad de la verdad en los "informes burocráticos". La mayoría de los periodistas ve estos hechos como "algo es así por que alguien lo dijo", nada de eso para los reporteros, la información más creíble o los datos más duros son informes que vienen de la fuente de noticias, más competente, que a su vez, son burócratas y reconocidos oficiales que tienen jurisdicción en los eventos en cuestión.

³³ Noam Chomsky y Edward S. Herman. Los Guardianes de la Libertad. Barcelona. Grijalbo. 1995. Pag. 23.

Existe una multitud de casos documentados en que los reporteros aceptaron estadísticas distorsionadas de los costos y beneficios de obras públicas.

Es una tendencia común entre los periodistas locales para aceptar estimaciones cuantitativas sin cuestionar como fueron derivadas y para ser presentadas en la cobertura de noticias como son empaquetadas por la fuente que las produjo, no importando cuan evidente es el auto - interés de la fuente en la estimación.

Aunque la suposición entre reporteros es que tales contadores "independientes" pueden no arriesgar su reputación para la falsificación de los números, esto no es inusual de una firma consultora para inclinar los resultados hacia los intereses de sus clientes.

En entrevistas privadas con tales contadores: "puedes hacer los números danzar cuando lo quieres" o "los números pueden decir nada si quieres que lo digan". "La implicación es que los números" nunca pueden ser seguros a los proponentes y oponentes de un proyecto.

Para la mayoría de los periodistas, sin embargo, no están calificados para separar las mejores estimaciones de las estimaciones falsas.

Ellos no cuestionan la interpretación de los resultados, inclusive cuando se les presentan los números crudos para examinarlos ellos mismos.

Lo que sucede hoy, por desgracia, es que una forma ínfima de cultura popular falta de información, desinformación, malinformación y un desprecio por la verdad o la realidad de las vidas de mucha gente ha infestado el verdadero periodismo.

4.3 EL AMARILLISMO EN LA PRENSA LOCAL.

La aparición del amarillismo es tan vieja como la historia misma de la prensa mexicana, desde la aparición de la primera imprenta en América en 1539 por el impresor Sevillano Juan Cromberger y Juan Pablos en la Nueva España, pasando por la primera hoja volante que contiene la "relación del espantable terremoto en las Indias en una ciudad llamada Guatemala...", impresa en la capital de la Nueva España por Juan Pablos, en 1541"³⁴, y desde la aparición del primer periódico propiamente dicho: La Gaceta de México en 1722 las informaciones sensacionalistas fueron plasmadas en esos medios de información.

Asimismo, en la última década del siglo XIX, dos poderosas empresas periodísticas estadounidenses acuñaron el nombre de amarillismo a la información sensacionalista: **El World** de Joseph Pulitzer y el **Jornual** de William Randolph

³⁴ Ma. Del Carmen Ruiz Castañeda. *El Periodismo en México, 450 años de Historia*. ENEP Acatlán. 2ª edición. 1980. p. 39.

Hearst; ambos lucharon feroz y obstinadamente por conseguir más lectores.

Implementaron en sus páginas escandalosos reportajes y tiras cómicas a las cuales solo le cambiaron los nombre, por ejemplo el **World** tenía una historia titulada "El Chico Amarillo" y el otro "La Callejada de Hogan" y ambas eran la misma.

Aunque las imprentas de color marca Hue eran nuevas, no siempre resultaban seguras durante la impresión los colores muchas veces se corrían, en especial el amarillo de la vestimenta del personaje principal de "El Chico Amarillo" ensuciando todo el periódico por esta razón en **World** y los diarios semejantes a él fueron conocidos como la "Prensa Amarilla", mientras que a las operaciones de robo, plagio, noticias escandalosas y ventas cuantiosas se les denominó "periodismo amarillo".

En el contexto del periodismo mexiquense, los periodistas locales son también motivados por otros estándares profesionales menos relacionadas a sus fuentes y experiencia técnica que las consideraciones de la audiencia, como describí al inicio de esta tesis, los reporteros individuales no consideran conscientemente a su audiencia en el descubrimiento y escritura de las notas informativas.

"Competición implacable por conseguir la primera página", los conduce a escribir historias para complacer a los editores que están comprometidos con su audiencia.

Ellos escriben de tal forma que vender sus historias a los editores, que las aceptaran o rechazaran y deciden donde pueden colocarse en el periódico. El trabajo fundamental del periodista es crear interés para él mismo, los editores y últimamente para la audiencia.

Los reporteros aprenden rápidamente que clase de notas y reportajes sobre temas sensacionalistas (nota roja y temas sexuales) gustan a sus propios editores.

La nota roja cotidiana es importante, a la vez que da a los periodistas ideas para reportajes y pueden determinar que ángulo tomará una historia particular e influenciar toda clase de cobertura.

El interés de la audiencia también influye la clase de temas que los reporteros usan cuando ellos cubren nuevos planes de desarrollo.

El lado petulante de la nota roja cotidiana es el factor de aburrimiento, que lleva a los reporteros a perder interés en los proyectos de desarrollo como los meses llevan a los años necesariamente para ganar la aprobación y la implementación.

El periodismo investigador es valorado en los periódicos metropolitanos a la vez por el respeto profesional, para

descubrir la maldad como, también el interés económico que reconoce el valor de impresionar a la audiencia con una cruzada exitosa.

La búsqueda del escándalo, más que la evaluación política está también ligado a las limitaciones técnicas del periodista.

La dependencia en las fuentes oficiales de información la renuencia a preguntar estimaciones cuantitativas de costos y beneficios, el interés por la nota roja y una estrecha definición profesional del escándalo público cualquiera, limita la fuerza analítica de la cobertura de nuevos proyectos de desarrollo.

Otros dos factores profesionales que influyen la cobertura del desarrollo urbano: la dificultad individual de los reporteros de ganar un tiempo libre para investigar proyectos de desarrollo y el movimiento entre los reporteros en los medios individuales, impiden la memoria institucional del periódico comprometida con el proyecto.

Mientras que algunos reporteros expresan interés en investigar los proyectos mayores de desarrollo, ellos declaran que no lo hacen así por que sus editores muchas veces no les dan tiempo libre para realizar tales investigaciones.

Este fracaso para dar tiempo libre, refleja las prioridades del periódico para cubrir el flujo cotidiano de

noticias y reconocer que el público no está terriblemente interesado en las cuestiones de si o no los proyectos tienen sentido económico.

Pero sin ese tiempo, los reporteros son incapaces de ir más allá de la cobertura superficial de las descripciones oficiales de los costos y beneficios de un proyecto. Además, existe el problema de la memoria institucional débil. Los reporteros cubren proyectos no periodos de años, muchas veces no recuerdan las declaraciones iniciales hechas por los funcionarios de los ayuntamientos municipales, así como los argumentos a favor de construirlo o las estimaciones originales de los costos y beneficios, y a veces son incapaces de detectar a los oficiales como estos cambien de declaraciones.

Este problema es inclusive más significativo cuando los reporteros son regularmente cambiados entre los medios.

Mientras que la computarización de los archivos del periódico facilita la búsqueda de información, los proyectos de desarrollo urbano, a menudo, tienen cientos de artículos escritos para el tiempo que un nuevo reportero es asignado por el medio.

Es virtualmente imposible para el reportero leer todo lo que ha sido escrito acerca del proyecto cuando él o ella empieza responsablemente su cobertura.

Por lo tanto, los oficiales locales pueden cambiar sus declaraciones y estimaciones con poco miedo a que un reportero los impugnara en lo que dijeron originalmente sobre los costos y beneficios de un proyecto propuesto.

4.4 LOS PELIGROS DE LA PRENSA LOCAL.

Sucesos como asesinatos a periodistas locales en condiciones nunca esclarecidas, sucesos de violencia e intimidación ponen en duda el hecho de que en México exista una auténtica libertad de prensa y que, por tanto, esta funja cabalmente con su papel de interlocutora ante la sociedad y el poder.

En el municipio de Ecatepec, existen fenómenos como los del cacicazgo local y al igual que en otras regiones de la República Mexicana, existe el poder invisible del narcotráfico.

De ambos se deriva un sistema de privilegios y prácticas impunes que no miden tácticas de intimidación y hasta asesinatos para acallar a periodistas que dañen sus intereses.

"El narcotráfico y el narco-poder dificultan el ejercicio del periodismo y ponen en peligro la vida del informador que se atreve a denunciar. El caciquismo local

constituye una grave dificultad para que en las entidades del país se haga periodismo independiente, veraz y oportuno"³⁵.

Los grandes rasgos, de las realidades antes mencionadas: presidencialismo, partido de Estado, caciquismo y narco poder, se ubican como los ejes del aparato de control de la prensa.

Ejemplos de ello hay muchos en el municipio de Ecatepec; a mediados del año de 1996 el hijo mayor del entonces presidente municipal ecatepense es arrestado por tráfico de estupefacientes, no obstante que una gran parte del gremio periodístico de Ecatepec se enteró del asunto en ningún medio de comunicación se difundió la noticia de la aprehensión, por medio de amenazas o jugosos "apoyos" a los corresponsales de diarios nacionales.

Asimismo, la corresponsal del periódico El Día, Araceli Caballero Hernández, realiza una serie de notas informativas en contra de los fraudes cometidos por el hijo del cacique ecatepense y el entonces presidente municipal, Vicente Coss Ramírez, el 2 de junio de 1993 Caballero Hernández fue victimada por un grupo de asesinos los cuales fueron capturados posteriormente, sin embargo, no se llevó a la cárcel al verdadero homicida que ordenó la ejecución, todos lo saben pero todos lo callan.

³⁵ Gaceta de la Comisión Nacional de Derechos Humanos. Abril de 1990.

Es conocido, que el periodista de provincia corre mucho más peligro y muchas de las agresiones son por parte de agrupaciones de poder local y eso aminora su veracidad: "el periodista de provincia tiene todo el tiempo la presencia del cacique o los grupos de presión, y se encuentra en el café de las dependencias o en la misma oficina de prensa a los protagonistas de sus notas.

Los mecanismos para ejercer control sobre la prensa también son económicos y tienen como objetivo crear una dependencia financiera de los medios hacia el poder, de tal manera que se garantice la fidelidad o el silencio de los reporteros locales".

Para los periódicos, el Estado ejerce un monopolio de la distribución de papel para la prensa escrita a través del PIPSA. Una manera de callar o limitar a un medio crítico es cortar el suministro de su materia prima básica.

Otra forma de ejercer presión sobre los medios escritos es a través de auditorías de circulación para determinar el alcance real de la prensa escrita y sus requerimientos de papel.

El control de la prensa se oculta en el marco de libertad formal (el artículo 7 de la Constitución garantiza la inviolabilidad de la "libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia" sin más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública),

pero que, en realidad, depende de los límites que el poder defina para ejercer la libertad de información.

El logro mayor de estos mecanismos de control es la interiorización de la censura por parte de los medios. Más común que la intimidación directa por parte del poder hacia la prensa, lo es la autocensura: los límites y el freno a la libertad de expresión son ejercidos finalmente por los directivos de los medios y los propios reporteros.

Es sintomático que, por ejemplo, en nuestro país existan alrededor de 130 periódicos diarios y, juntos, no tengan un tiraje mayor que la de un solo periódico de Rusia, alrededor de 18.2 millones de ejemplares o el periódico más leído.

Además es presumible que casi la mitad del tiraje de los diarios mexicanos quede en bodega por la falta de interés de los ciudadanos en la información que se maneja.

Otro ejemplo del descrédito de los medios como producto de la autocensura es el caso de la ZMCM, un área habitada por 8 millones y medio de mexicanos según el último censo, y que el tiraje de sus 30 diarios no rebasa el medio millón de ejemplares, la mitad de lo que imprime The Washington Post en una ciudad con el 10 por ciento de la población de la ZMCM.

De hecho, en el municipio de Ecatepec existen cerca de 30 periódicos locales los cuales no rebasan un tiraje de 40 mil ejemplares, son distribuidos en el Ayuntamiento, y la

población civil de 3 millones de habitantes no tiene acceso a ellos ni los conoce.

Otros grupos de poder, que representan agresiones así como nota del día para el reportero local son las agrupaciones sociales, y al denunciar fraudes de terrenos se convierten en blancos de ataques de líderes sin escrúpulos.

Las luchas urbanas en el Estado de México, han pasado por varias etapas desde hace 20 años cuando en marco de invasiones masivas en las desecaciones del Lago de Texcoco, son fuertemente cuestionados los viejos agrupamientos oficialistas, clientelistas y espontaneístas, mediante la agrupación de movimientos populares urbanos que se sacuden el control de líderes y declaran su autonomía e independencia frente al Estado y su partido.

Los frentes opositores han podido tener por fin presidentes municipales en los más importantes municipios de la entidad mexiquense como Naucalpan, Nezahualcóyotl, Tlalnepantla, regidores y diputados, incluso el PRD consiguió después de varios años la gubernatura de la capital mexicana.

RECOMENDACIONES Y SUGERENCIAS PARA LA EDITORIAL ACONTECER

Con respecto al periódico semanal ACONTECER y los demás medios impresos de comunicación que popular en Ecatepec, es necesaria una reestructuración a fondo para poder estar a la altura de las necesidades de un creciente número de lectores, ávidos de respuestas de una realidad del Estado de México y del país contradictorios a los discursos oficiales.

A contados días de la llegada del año 2000, ACONTECER y los demás pequeños medios de comunicación continúan extraviados en su información, su contenido no es para el lector común, sino para la complacencia de los funcionarios públicos municipales que pagan las facturas publicitarias.

Por esta razón sugiero un nuevo proyecto periodístico encaminado a las miles de personas que habitan condominios, casas propias o de arrendamiento para poder ofrecer una información ágil, veraz y al mismo tiempo sirva de para autofinanciar el medio de comunicación.

PROYECTO PARA LA EDICIÓN DE UN PERIÓDICO CONDOMINAL EN LA EDITORIAL ACONTECER.

Su objetivo sería mejorar la convivencia en las unidades habitacionales de interés social, así como construcción de una nueva cultura de participación en las comunidades no

solamente de Ecatepec sino de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México.

En este marco se propone la elaboración de un periódico especializado en temas condominales de, que se distribuya en las unidades habitacionales de Ecatepec y de la ciudad de México.

INVESTIGACIÓN

Dada la naturaleza de este proyecto es indispensable a) establecer claramente los fundamentos y objetivos de quien inicia el proceso comunicativo; b) conocer el perfil y características de publicaciones en circulación (si las hay) que traten asuntos relacionados con la vivienda en condominio, a fin de cubrir los temas que estén excluidos y sean de interés público, y c) conocer los principales tópicos que interesan a quienes viven en condominios, así como sus expectativas respecto a un medio impreso de este tipo.

Para lograr lo anterior se realizaron investigaciones de campo y bibliográficas que arrojaron los siguientes resultados:

a) Los fundamentos y objetivos del presente proyecto tiene como base la concepción de un medio de comunicación de servicio público, es decir, aquel que no tiene fines de lucro, sino que busca atender necesidades específicas de quien será el receptor; en este caso, dar voz a los

diferentes sectores sociales que habitan en las unidades habitacionales y abrir espacios para la participación y la expresión de los mismos.

b) En relación con la investigación respecto a publicaciones que en la materia se encuentran en circulación, se estableció contacto con las instituciones que tienen que ver con los asuntos de la vivienda, como Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (Seduvi), Fideicomiso de Vivienda, Desarrollo Social y Urbano (Fividesu), Dirección General de Regulación Territorial del DF (DGRT), Instituto de Vivienda de la Ciudad de México (Invi) y Fideicomiso del Programa Casa Propia (Ficapro), las cuales carecen de órgano informativo o de difusión.

Otras dos instituciones consultadas sí tienen medio de comunicación escrito: Banco Nacional de Obras (Banobras) e ISSSTE.

Las características de éstos medios son: publicación mensual y/o trimestral de difusión interna ; el perfil de lectores corresponde al funcionario de mandos medios hacia arriba ; la política es publicar junto a los textos una gran cantidad de fotografías para hacerlo atractivo a una población que no le gusta leer ; consta de secciones como: suplemento infantil, página de entretenimiento, sección de mujeres, buzón público, sección de discapacitados, política, sindicatos y una página para los trabajadores, entrevistas y

suplementos especiales con funcionarios de la institución (textos y fotos sobre funcionarios son frecuentes), novedades médicas, deportes, artículos elaborados (con un año de anticipación) por especialistas en el tema de cada ejemplar, que es monográfico. Cuenta con publicidad oficial.

La distribución depende del propio personal de la institución en dependencias públicas, sindicatos y secretarías de gobierno o, en su caso, se realiza por correo, mediante convenio con Mexpost, lo que ocasiona severos problemas en la eficacia de la distribución.

c) Se realizaron entrevistas telefónicas con los administradores de diferentes unidades habitacionales, a fin de conocer los temas que interesan a los condóminos, sus necesidades informativas así como las expectativas respecto a un periódico condominal.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes :

* Temas que más interesan a quienes viven en conjuntos habitacionales:

* Existe una opinión generalizada de que hace falta comunicación entre condóminos, así como contar con información que contribuya a la participación y toma de decisiones.

* Se considera indispensable la rendición de cuentas por parte del administrador, lo cual contribuye a una mayor aportación de pagos e interés por parte de los condóminos.

* El mantenimiento y aprovechamiento de áreas comunes, así como el pago de servicios (luz, agua) de las mismas es un tema de interés general que causa incertidumbre y confusión.

* Otro tema que capta la atención de los condóminos es el establecimiento de mecanismos para contar con mayor seguridad dentro de las unidades habitacionales.

* Los principales problemas que les afectan son :

* Desconocimiento de derechos y obligaciones condominales.

* Abuso de áreas comunes: en este rubro destaca la necesidad de especificar claramente cuáles son éstas, ya que por ejemplo las fachadas no están consideradas dentro de la clasificación.

* Falta de acuerdos entre condóminos.

* Pago de servicios como luz y agua en áreas comunes.

* Morosidad en el pago de cuotas de mantenimiento.

* Ruido excesivo producido por los vecinos.

* Problemas con la rendición de cuentas del administrador.

* Descontento con la suciedad en áreas comunes causada por mascotas.

* Seguridad dentro de la unidad habitacional.

* Problemas con los cajones de estacionamiento.

* En relación a las expectativas de los condóminos respecto a un periódico condominal sobresalen:

- * Que este medio logre sensibilizar y concientizar a los condóminos de la actitud y comportamiento que deben tener para mejorar la convivencia y la integración.
- * Que se difundan los derechos y obligaciones condominales, así como los preceptos que dicta la Ley Condominal y su explicitación.
- * Que se facilite el acceso a formas de capacitación tanto para administradores como condóminos en general.
- * Que se proporcione información e ideas que ayuden a lograr que la gente cuide su propiedad.
- * Que se de a conocer cuál es el apoyo que se tiene por parte de diferentes instituciones.

CONCLUSIONES

Con base en lo anterior se elaboraron las propuestas de las secciones que conformarán el periódico condominal así como la línea editorial ya especificadas en el cuerpo del presente proyecto.

OBJETIVO GENERAL

Construir un medio de comunicación que atienda necesidades informativas de los habitantes de unidades habitacionales al ocuparse de temas que les conciernen específicamente y permita la comunicación y acercamiento entre ellos; fomentando valores como la tolerancia, el respeto y la

participación e informando permanentemente acerca de los derechos y obligaciones de los condóminos, de las funciones y atribuciones de las instituciones relacionadas con la vivienda en condominio, así como de las acciones que afecten directa e indirectamente la organización y convivencia en el ámbito condominal.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

* Atender las necesidades informativas e inquietudes de los diversos sectores que habitan las unidades habitacionales.

* Informar sobre los derechos y obligaciones jurídicos, sociales y administrativos que rigen a los habitantes de viviendas bajo régimen en condominio.

* Abrir espacios de expresión para los residentes (especialmente para niños y adolescentes).

* Promover la formación de valores como el respeto, la tolerancia, la participación y el diálogo para la solución de conflictos.

* Fomentar el análisis, la discusión y la profundización en temas y/o problemas que surgen de la convivencia en las unidades habitacionales, a fin de mejorar las representaciones prevalecientes de la vida condominal.

* Anunciar actividades culturales, deportivas, cívicas y de otra índole para proporcionar opciones de entretenimiento, diversión y aprovechamiento del tiempo libre.

* Informar sobre las atribuciones, funciones y actividades de las instituciones involucradas en el tema condominal, sus efectos en la vida de los condóminos y cómo éstos pueden aprovechar sus servicios.

CARACTERÍSTICAS

Formato tabloide

Ocho páginas

Papel diario extra

A una tinta

PERIODICIDAD

Mensual, en el inicio. Se propone que una vez consolidado, se vuelva quincenal.

CONTENIDO

Se divide en dos grandes grupos: textos informativos extensos y secciones fijas breves. En ambos casos se busca la:

- * Vinculación entre condóminos.
- * La comunicación entre ellos y las administraciones condominales.
- * La relación entre condóminos y autoridades.

Se evitará incurrir en los hábitos de otras publicaciones institucionales, en el sentido de privilegiar las apariciones de los funcionarios públicos. Se cubrirán

sólo aquellos hechos que afecten la vida condominal; aún en estos textos, cuando se decida ilustrarlos, se evitarán las fotos de funcionarios.

TEXTOS INFORMATIVOS

En este grupo se consideran dos tipos de textos: los de investigación, más cercanos a los temas coyunturales, y los relativos a la vida cotidiana.

En cuanto a los primeros, se ejercerá el periodismo de investigación a través del reportaje. Como ordenan los cánones del género, se explorarán todos los puntos de vista posibles sobre el hecho noticioso, aportando los elementos que hagan posible la comprensión global de los acontecimientos: sus causas y posibles consecuencias.

Se trabajará en dos vertientes:

- * Asuntos que son noticia en los medios de comunicación.
- * Asuntos que, por su relevancia, y mediante la investigación, el propio periódico pueda convertir en noticias.

Estos reportajes gozarán del despliegue más extenso (4 a 5 cuartillas).

Por otro lado, se dará un tratamiento diferente a los acontecimientos que se desarrollan en la vida cotidiana de los conjuntos habitacionales, mediante una entrevista con alguna figura pública (del medio de los espectáculos, los

deportes, etc.) de ser posible habitantes o ex habitantes de condominios y, también, una crónica, sobre actividades deportivas, culturales o cívicas ocurridas en el ámbito de los lectores. Estos textos gozarían de un despliegue medio (2 cuartillas).

Se plantea que cada número contenga un reportaje, una entrevista y una crónica. No se descarta la posibilidad de que, según el peso y los alcances de cada material, los tres géneros se disputen en cada edición "la de ocho".

TEMAS

- * Constitución del régimen en condominio.
- * Modificación del mismo.
- * Organización.
- * Funcionamiento.
- * Administración.
- * Terminación del régimen de propiedad en condominio.
- * Seguridad.

Se procurará dar mayor énfasis y cobertura, tanto informativa como de análisis, a temas como:

- * Áreas y bienes comunes.
- * Cuotas de mantenimiento y de reserva y
- * Aplicación de sanciones, por ser, a decir de los condóminos, los más complejos y de difícil aceptación.
- * Solución de controversias.

- * Reglamento Interno del condominio.
- * Participación de los habitantes.

SECCIONES FIJAS

Se trata de textos breves (de una cuartilla a una cápsula) que tratarán de atender las intereses de los condóminos - por sexo y edad, básicamente--. Mientras los textos informativos serán cubiertos por la redacción del periódico, en las secciones fijas se apuesta a la participación de los lectores. Aunque en principio se proponen espacios como el buzón o la sección artística, no se descarta la posibilidad de que algunos condóminos se integren en alguna medida a la redacción.

Las secciones propuestas buscan una vinculación íntima con la vida cotidiana de los condominios.

Se describen, una a una, con objetivos. Las palabras en negritas son propuestas para los nombres. El orden de presentación no implica jerarquización alguna.

==> Acercamientos, Proporciones, Proposición: Artículo o entrevista con algún especialista (psicólogo, arquitecto, sociólogo, académico, etc.) que de su punto de vista respecto a problemas específicos como morosidad, problemas de las relaciones humanas, importancia del espacio en que se habita, etc.

* Se propondrán puntos de vista especializados que aporten elementos para solucionar, prevenir y/o reflexionar sobre problemas derivados de la convivencia en los condominios.

==> Buzón del condómino: espacio que recibirá cartas de los condóminos que expresen quejas, peticiones, aclaraciones, dudas, reconocimientos, etc.

* Busca establecer contacto directo con los lectores y posibilitar la manifestación los interesados en hacer pública determinada situación, en el entendido de que recibirán respuesta por el mismo medio.

==> Sucedió en...: texto narrativo elaborado a partir de un testimonio de interés humano que puede partir de un personaje, anécdota, mito, leyenda o hecho histórico. Relatos de situaciones personales vividas dentro de un conjunto habitacional.

* Se trata de dar a conocer el surgimiento y desarrollo de las unidades habitacionales vinculando el contexto histórico, político y social con el transcurrir de la vida cotidiana utilizando como recurso narrativo algún hecho, personaje, leyenda, etcétera de arraigo regional o local.

==> Surtido rico: cartelera de actividades gratuitas culturales, deportivas, educativas, etc. que se generen y/o realicen dentro de las unidades habitacionales. y tiendan a motivar o mejorar la convivencia. Incluye las actividades a

que convocan las instituciones públicas como las delegaciones políticas.

* Por medio de esta sección se promoverá la participación de la comunidad en actividades que enriquezcan la cultura, la salud y la convivencia sociales. Se aportarán opciones de esparcimiento, aprendizaje y entretenimiento.

==> Traducción simultánea: Sección explicativa de la leyes y normas condominales. Se recurrirá a ejemplificar con situaciones y hechos o casos específicos y reales, la aplicación de algún precepto legal. Se hará el seguimiento hasta su finiquito, explicándolo en términos llanos.

* Esta sección es estratégica. Intentará fomentar el conocimiento de los derechos y obligaciones de los condóminos, y la comprensión de los lineamientos establecidos en la Ley, a fin de permitir su aplicación a situaciones reales.

==> ¿Cómo le hago? Asesoría y propuestas para la remoción de la vivienda. Se ofrecerán opciones para el mejoramiento de las áreas comunes en los condominios: lugares donde conseguir materiales baratos y de calidad, ideas para mejorar áreas verdes o fachadas, asesorías para el mantenimiento de tuberías de gas, agua, instalaciones de luz, etc.

* Se busca promover la integración vecinal para el mejoramiento de las áreas comunes, así como de la propia vivienda (según la ley, unidad de propiedad exclusiva).

* También fomentar la concientización acerca de la copropiedad sobre las áreas comunes, lo que implica derechos y obligaciones.

==> Las Doñas: sección femenina que tratará asuntos de la cotidianeidad en relación con los roles asumidos por las mujeres en los ámbitos profesionales, familiares, vecinales, laborales, etcétera, difundiendo sus derechos y obligaciones.

* Esta sección aportará información relativa a la organización y la participación social femenina, al aprovechamiento del tiempo y de los espacios de acción y manifestación, así como a los elementos que favorezcan la solución de problemas cotidianos.

Temas:

* Derechos y Obligaciones de la mujer.

* Patrimonio familiar.

* Problemas o asuntos relacionados con la familia tradicional.

* Problemas o asuntos relacionados con la circunstancia de las madres solteras.

* Proyectos de microempresa para lograr la independencia económica.

* Cuidado y alimentación de los hijos.

* Participación política y social: la mujer como ciudadana activa.

* Trabajo doméstico: responsabilidad familiar.

==> Caricatura. Se utilizará como en todos los casos, para sintetizar en una imagen situaciones reales a fin de divertir al lector.

==> Acciones, Coordinados : espacio en el que las instituciones participantes en el proyecto del periódico darán a conocer información que consideren relevante. Se propone manejar un rol de instituciones oficiales (una participación distinta en cada número).

* Se trata de informar sobre las políticas implementadas por las instituciones que afectan de alguna manera el desarrollo en y de, los condóminos.

==> Bolsa de trabajo: se proponen dos maneras de alimentarla. Mediante los Cedepecas (bolsas de las delegaciones políticas y los municipios conurbados del Estado de México) y mediante los propios condóminos. Entre éstos, quienes ejerzan oficios eventualmente útiles para otros condóminos (albañiles, plomeros, decoradores, abogados, cocineras, etc.) pueden aparecer en esta sección.

* Ofrecer un espacio gratuito de vinculación entre posibles empleadores y empleados.

==> Directorio. Teléfonos y direcciones de dependencias e instituciones útiles.

MATERIAL GRÁFICO

Se considera que el material gráfico no sólo ilustre sino que también apoye los textos. Toda plana tendrá material gráfico. La sección Tinta suelta, por razones obvias, será la más abundante.

NOMBRE DEL PERIÓDICO

Las propuestas, hasta ahora, son: Unión Condominal Periódico Condominal, Mi Cantón, Dominios ,El Iniciador, Secuencias, Tú y Todos, El Principio, Perseverante, La Unión, Conjunción, Habitat, El Comunal, Conjuntos, La Conducción, Con-vecinos, Participación.

INVESTIGACIÓN

Dada la naturaleza de este proyecto es indispensable a) establecer claramente los fundamentos y objetivos de quien inicia el proceso comunicativo; b) conocer el perfil y características de publicaciones en circulación (si las hay) que cubran temas relacionados con la vivienda en condominio en la ZMCM, a fin de cubrir aquellos temas que estén excluidos y son de interés público, y c) conocer los principales temas que interesan a quienes viven en condominios así como sus expectativas respecto a un medio impreso de este tipo.

Para lograr lo anterior se realizaron investigaciones de campo y bibliográficas que arrojaron los siguientes

RESULTADOS

a) Siempre que se realiza un proceso comunicativo, es necesario que el actor que inicia dicho proceso establezca claramente los fundamentos y objetivos que le dan origen. En el presente proyecto se proponen dichos lineamientos en base a una concepción de un medio de comunicación de servicio público, es decir, aquel que no tiene fines de lucro, sino atender necesidades específicas de quien será el receptor, dar voz a los diferentes sectores sociales que habitan en las unidades habitacionales y abrir espacios para la participación y la expresión de los mismos.

b) En relación a la investigación respecto a publicaciones que en la materia se encuentran en circulación se estableció contacto con las instituciones que tienen que ver con los asuntos de la vivienda como, Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda (Seduvi), Fideicomiso de Vivienda, Desarrollo Social y Urbano (Fividesu), Dirección General de Regulación Territorial del DF (DGRT), Instituto de Vivienda de la Ciudad de México (Invi) y Fideicomiso de Programa Casa Propia (Ficapro), las cuales carecen de órgano informativo o de difusión.

Las que sí tienen medio de comunicación escritos son: Banco Nacional de Obras (Banobras) e ISSSTE.

Las características de éstos son : publicación mensual y/o trimestral de difusión interna ; el perfil de lectores corresponde al funcionario de mandos medios hacia arriba ; la política es publicar junto a los textos una gran cantidad de fotografías para hacerlo atractivo a una población que no le gusta leer.

Consta de secciones como: suplemento infantil, página de entretenimiento, sección de mujeres, buzón público, sección de discapacitados, política, sindicatos y una página para los trabajadores, entrevistas y suplementos especiales con funcionarios de la institución (textos y fotos sobre funcionarios son frecuentes), novedades médicas, deportes, artículos elaborados (con un año de anticipación) por especialistas en el tema de cada ejemplar ya que trata un sólo tema a la vez. Cuenta con publicidad oficial.

La distribución depende del propio personal de la institución en dependencias públicas, sindicatos y secretarías de gobierno o, en su caso, se realiza por correo, mediante convenio con Mexpost, lo que ocasiona severos problemas en la eficacia de la distribución.

c) Se realizaron entrevistas con los administradores de diferentes unidades habitacionales, a fin de conocer los temas que interesan a los condóminos, sus necesidades

informativas así como las expectativas respecto a un periódico condominal.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

* Temas que más interesan a quienes viven en conjuntos habitacionales:

* Existe una opinión generalizada de que hace falta comunicación entre condóminos, así como contar con información que contribuya a la participación y toma de decisiones.

* Se considera indispensable la rendición de cuentas por parte del administrador , lo cual contribuye a una mayor aportación de pagos e interés por parte de los condóminos.

* El mantenimiento y aprovechamiento de áreas comunes, así como el pago de servicios (luz, agua) de las mismas es un tema de interés general que causa incertidumbre y confusión.

* Otro tema que capta la atención de los condóminos es el establecimiento de mecanismos para contar con mayor seguridad dentro de las unidades habitacionales.

* Los principales problemas que les afectan son:

Desconocimiento de derechos y obligaciones condominales.

* Abuso de áreas comunes : en este rubro destaca la necesidad de especificar claramente cuáles son éstas, ya que por ejemplo las fachadas no están consideradas dentro de la clasificación.

* Falta de acuerdos entre condóminos.

- * Pago de servicios como luz y agua en áreas comunes.
- * Morosidad en el pago de cuotas de mantenimiento.
- * Ruido excesivo producido por los vecinos.
- * Problemas con la rendición de cuentas del administrador.
- * Descontento con la suciedad en áreas comunes causada por mascotas.
- * Seguridad dentro de la unidades habitacionales.
- * Problemas con los cajones de estacionamiento.
- * En relación a las expectativas de los condóminos respecto a un periódico condominal sobresalen :
- * Que este medio logre sensibilizar y concientizar a los condóminos de la actitud y comportamiento que deben tener para mejorar la convivencia y la integración.
- * Que se difundan los derechos y obligaciones condominales, así como los preceptos que dicta la Ley Condominal y su explicitación.
- * Que se facilite el acceso a formas de capacitación tanto para administradores como condóminos en general.
- * Que se proporcione información e ideas que ayuden a lograr que la gente cuide su propiedad.
- * Que se dé a conocer cuál es el apoyo que se tiene por parte de diferentes instituciones.

Con base en lo anterior se elaboraron las propuestas de las secciones que conformarán el periódico condominal así

como la línea editorial ya especificadas en el cuerpo del presente proyecto.

Por otro lado se hace la propuesta de distribución.

*Se realizó una reunión con el coordinador de Participación Ciudadana en la delegación Benito Juárez, Manuel Villareal, el cual ofreció a 56 personas que laboran en esa área para la distribución del Periódico Condominal.

Nota : Es necesario hablar con administradores condominales y empresas de seguridad para que no impidan el reparto del periódico y el tiraje deberá de ser de 10 mil ejemplares.

CONCLUSIONES GENERALES.

El reto de los periodistas de esta generación es romper de tajo con el boletín de prensa, desechar la dádiva oficial y no caer en la tentación de creer al público un retrasado mental y ofrecerle ya digerida la información, de esta manera se contribuirá a una sociedad más sana.

Actualmente el periodismo local como reflejo de la sociedad, vive una crisis porque a pesar de que las nuevas generaciones están mejor preparadas, son menos profesionales en términos de búsqueda de información.

La prensa local reproduce dos mundos, el de las declaraciones y el de la realidad, ante esta situación el joven periodista tiene dos opciones: o sirve como caja de resonancia a lo que dice un sistema gubernamental cada vez más anquilosado y paralizado, o sale a buscar la noticia, a sentirla, a sufrirla para convertir estos dos mundos en uno solo.

Asimismo es necesario comenzar en la prensa local un periodismo de investigación para tener mejor informada a la sociedad, y de esta manera los integrantes de la comunidad vuelvan a tener confianza en los comunicadores.

Es frecuente que los compañeros reporteros culpen al gobierno de ocultar información, pero en realidad no se preocupan en buscarla; también claman por la libertad de

prensa pero no se lucha por ella ya que desgraciadamente nos hemos vuelto unos conformistas.

Hoy en día, el municipio de Ecatepec que ofrecen los periodistas locales es una ciudad ilusoria y embaucadora - desfigurada, irreal, desconectada del verdadero contexto de nuestras vidas - hablan de grandes logros de los funcionarios y escriben de "obras apoteósicas" en ciudades doradas.

Cuando cubren la información los medios locales abren un nuevo terreno a la malinformación; la cobertura está alterada por la celebridad y el culto a la personalidad, se reducen las noticias a favor del chismorreo, que es la forma más baja de la noticia; por el sensacionalismo, que es siempre un alejamiento del estado verdadero de la sociedad; y por un discurso político y social que la prensa, los políticos y la gente estamos convirtiendo en una cloaca.

Bajo este contexto, encontramos un periodismo regional bastante limitado, con pocas aspiraciones de mejoría y competencia y, principalmente, con un alarmante olvido de su objetivo principal: el lector.

No es exageración decir que el periodismo local es Ecatepec es de basurero. Está repleto de invenciones y de mentiras, de conspiraciones que nunca sucedieron, de malinformación y desinformación, toda ella diseñada para

establecería un salario mínimo profesional "reconociéndoles así el nivel de ingresos que la responsabilidad social de su profesión requiere".

Sin embargo, estas propuestas no se han aplicado a nivel de la prensa local, los reporteros raramente son remunerados y su ingreso depende de la cantidad de publicidad que vendan a sus clientes oficiales o a la iniciativa privada.

De ahí parte la necesidad de mejorar las condiciones de trabajo de los periodistas, no solo a nivel salarial sino también en lo referente a las garantías de seguridad laboral e integridad personal, especialmente en los medios de provincia en donde se registran el mayor número de agresiones a trabajadores de la prensa, de las cuales casi todas permanecen impunes.

Asimismo, es necesario la creación de un instituto autónomo, independiente de cualquier agrupación política o gubernamental, de carácter general y plural, que se encargue de elaborar un seguimiento de la prensa local, de ser un interlocutor eficaz frente al poder y de abogar por la vigilancia y la seguridad de los integrantes del gremio periodístico.

En provincia, el narcotráfico se entremezcla con el autoritarismo de los grupos de poder y se convierte también en la fuente permanente de la corrupción entre éstos y los periodistas.

Lo cierto es que contra los usos y abusos de los narcotraficantes, caciques, corporaciones policiacas o ejecutivos estatales, el periodismo de provincia no tiene alternativa real para enfrentarlo.

En México existe un concordato, una alianza entre el gobierno y los grandes empresarios de la información a los que, claro, cuando no están en la línea oficial, se les presiona y llegado el caso, se les aniquila, como suele ser el caso de pequeños periódicos locales o pequeñas empresas de información.

Un sistema democrático señala que la función de la prensa debe ser la de mantener a la sociedad informada, de manera neutral y objetiva, acerca de las diferentes opciones políticas existentes con el fin de que el ciudadano pueda decidir y escoger libremente.

Empero, el poder establecido en cualquier sociedad, le conviene controlar el grado de democracia necesario para preservarse en el poder. Desde mi perspectiva, el papel que juega el periodismo dentro de ella, se da en función de las propias limitaciones de la democracia.

Se puede hablar del derecho a la libre información y a la veracidad, siempre que el status no peligre y por lo tanto, tampoco quien detenta el poder.

El padre del funcionalismo, Harold D. Laswell, reconoce que los medios de comunicación son utilizados por una élite

gobernante para mantenerse en el poder, y para modelar y distribuir los valores de los que él llama una ideología.

En manos de los nuevos periodistas universitarios está el servir realmente al público lector con la verdad o reproducir los viejos esquemas del periodismo local que no han servido a la sociedad.

La organización y autoeducación de grupos en la comunidad y en el lugar de trabajo, y el activismo y la articulación de redes de comunicación, siguen siendo los elementos fundamentales para avanzar hacia la democratización de nuestra vida social, así como de cualquier cambio social significativo.

Sólo en la medida en que estos avances consigan prosperar podemos esperar ver unos medios de comunicación libres e independientes.

BIBLIOGRAFÍA

- Lomnitz Larissa. *Cómo Sobreviven los Marginados*. México. Editorial Nuestro Tiempo. 1975. 223 p.p.
- Bond F. *Frase. Introducción al Periodismo*. Editorial Limusa. 1986. 412 p.p.
- Chomsky Noam y S. Herman Eduard. *Los Guardianes de la Libertad*. Barcelona. Editorial Grijalbo Mondadori. 1990. 356 p.p.
- F. V. Kleinwächter. *Economía Política*. Barcelona. Editorial Grijalbo. 1955. 465 p.p.
- Goded Jaime. *100 Puntos Sobre los Medios de Comunicación*. México. Editado por la Universidad Autónoma de Sinaloa. 1979. 179 p.p.
- Heller Anges. *Historia y Vida Cotidiana*. México. Editorial Diana. 1972. 176 p.p.
- Kaniss Phyllis. *Marking Local News*. Chicago. EE.UU. Editorial The University of Chicago Press. 1991. 323 p.p.

- Mattelart et al. *Imperialismo y Medios Masivos de Comunicación*. Barcelona. Editorial Lumen. 1978. 199 p.p.
- Matterlart Armand. *Multinacionales y Sistemas de Comunicación*. Barcelona. Editorial Lumen. 1976. 343 p.p.
- Mitchell V. Charnley. *Periodismo Informativo*. E.E. U.U. Editorial Troquel. 1977. 321 p.p.
- Morales Sales Edgar Samuel. *Estado de México*. México. Editado por el Centro de Investigaciones Interdisciplinarias de Humanidades. 1989. 118 p.p.
- Rodríguez Castañeda Rafael. *Prensa Vendida*. México. editorial Grijalbo. 1993. 373 p.p.
- Ruiz Castañeda Carmen. Red Torres Luis Cordero y Torres Enrique. *El Periodismo en México 450 Años de Historia*. México. Editorial ENEP Acatlán. 1980. 387 p.p.
- Stuart Ewen. *Todas las Imágenes del Consumismo*. México. Editorial Grijalbo. 1992. 341 p.p.

- Trueba Urbina Alberto. Nueva Ley Federal del Trabajo. Ed. Porrúa. México. p. 661.
- Zamora Francisco. *A un Joven Periodista Mexicano*. México. Editorial Empresas Editoriales S.A.. 1969. 1412 p.p.