
LA GACETA DE GUADALAJARA

(1902-1914)

Primer Periódico Industrial de Occidente

Celia del Palacio Montiel*

Dentro de las investigaciones en comunicación, poco se ha hecho en Guadalajara en cuanto a la historia del periodismo se refiere. Son muy escasos los acercamientos descriptivos al tema en el ámbito regional¹, para no hablar de los estudios analíticos, prácticamente inexistentes. La situación que describe Toussaint de los estudios sobre prensa, se aplica en Jalisco a la perfección: "Cuando se ha hecho historia de la prensa o realizado estudios sobre los periódicos, se les ha visto aislados de la sociedad que les da origen. Por ello se han producido mayoritariamente descripciones, biografías y hemerografías que recogen datos sueltos"².

En este artículo procuraremos enunciar de manera breve los objetivos, las hipótesis y el marco teórico de una de las investigaciones que sobre este tema se está llevando a cabo en Guadalajara. Esta no pretende ser puramente histórica y mucho menos descriptiva; yendo más a fondo, pretende utilizar los métodos de la investigación comunicativa para lograr dos objetivos:

- Un análisis del proceso de transformación interna del periódico, reflejo del proceso de industrialización que empezaba a experimentar la prensa del país a finales del porfirato.
- Un análisis de la relación existente entre los cambios de la realidad (en este caso el inicio de la Revolución Mexicana) y su representación en un medio informativo específico: *La Gaceta de Guadalajara*.

Este periódico fue escogido ya que coincidiendo con varios estudiosos de la prensa nacional³, podemos

considerarlo como el primer periódico moderno de occidente: por su tiraje, por haber sido el primero en usar el linotipo en la ciudad, por el descenso en el precio de venta y por su gran circulación en varios estados e incluso fuera del país. *La Gaceta* es, además, uno de los periódicos más longevos y la primera empresa periodística como tal en Guadalajara (para 1910 había sacado a la luz, bajo la razón social *La Gaceta de Guadalajara*, un semanario, un diario de la mañana, un diario de la tarde y un diario llamado circunstancialmente *La Gaceta de Jalisco*).

Consideramos importante su existencia, ya que está en auge justo al inicio de la Revolución Mexicana, y a diferencia de otros periódicos que mueren al filo de 1911, *La Gaceta* sigue apareciendo hasta julio de 1914 cuando, tras la entrada de los constitucionalistas a Guadalajara, es confiscada la maquinaria y sus talleres, en los que posteriormente se manufacturará un periódico de esta facción, a la postre ganadora de la revolución. Es por esto que hemos pensado que se podrían lograr con este órgano de prensa los objetivos que nos hemos impuesto.

Fundamentos del estudio

Trataremos de probar en esta investigación en torno al primero de los objetivos anteriormente enunciados, que:

Candidata a maestra en sociología por la Universidad de Guadalajara. Investigadora del Instituto de Estudios Sociales de la U. de G.



Los procesos de industrialización, así como el clima social y político existentes durante el porfiriano, permiten el surgimiento de una prensa industrializada.

2. Esta industrialización influye en los formatos y en los contenidos además de las formas de financiamiento, de circulación y de consumo de la prensa. Así, transformará la manera de informar y el uso social de la prensa existentes hasta el momento.
3. *La Gaceta de Guadalajara* presenta las características de una publicación industrializada.

Y con respecto al segundo objetivo:

Como periódico industrial, el manejo de la información que hace *La Gaceta* se diferencia de la de los otros periódicos de la época en esta ciudad.

2. El estallido de la Revolución y los sucesos conflictivos de los primeros meses de 1911 no cambian fundamentalmente el proyecto informativo de *La Gaceta*, ni sus formatos debido al esfuerzo de ritualización de la información que se lleva a cabo al interior del medio.
3. El carácter de esta información está conformado por múltiples factores, entre ellos: la modernización del periódico; el cambio en el entorno político y social; la clase social y filiación política de los dueños del periódico; la función y usos sociales del mismo; los ámbitos de difusión y características particulares de la cultura política regional.

Para probar lo anterior, se intentará dar respuesta a las siguientes preguntas:

¿Cómo podríamos describir los procesos de industrialización y el clima político-social del porfiriano y de qué manera podemos decir que influyeron en la aparición de una prensa industrial?

¿Cuáles serían las características de esa prensa industrial y de qué manera se muestran en *La Gaceta*?

¿Que manejo de la información hace *La Gaceta*?

¿Cómo aparece el estallido de la Revolución en los contenidos del periódico? ¿De qué modo se informa de los conflictivos sucesos que tienen lugar durante los primeros meses de 1911 hasta la caída de Porfirio Díaz?

¿Quiénes son las personas que están detrás de *La Gaceta*? ¿Quiénes son los dueños?

A fin de responder, estas preguntas generales se desglosan en preguntas más específicas dentro de los diferentes tipos de análisis que se pretenden llevar a cabo en este estudio.

Nos basaremos en el modelo teórico de Manuel Martín Serrano, según lo explica en su libro *La producción social de comunicación*, en el cual presenta los resultados del estudio realizado sobre cambios y permanencias en la información en la prensa y la televisión españolas durante el régimen y después de la muerte de Franco.

Este acercamiento al estudio de medios de comunicación en distintos periodos históricos, tomando en cuenta las relaciones entre cambio social y contenido- forma de los mensajes, así como la base dialéctica del análisis -uno de los pocos que la tienen en teoría de la comunicación- hicieron que se prefiriera

a este autor. Para el mejor entendimiento de la manera en que hemos adaptado su modelo, es necesario hacer un breve resumen de lo que es la teoría de la mediación. Esta teoría consiste en el estudio del control social que ejercen las instituciones actuando sobre la interpretación que hacen las personas de la realidad. En esta tarea de control participan aquellas instituciones sociales que administran la producción y la oferta de información: la familia, la escuela y los medios de comunicación, por ejemplo. Estos últimos se presentan como mediadores que dan una representación de lo que ocurre en el mundo, proceso que se puede considerar a varios niveles:

1. El de la *institución* mediadora, que selecciona determinados acontecimientos para hacerlos públicos.
2. El de los *actores* de la comunicación, que tienen a su cargo la iniciativa de la información.
3. El del *control* ejercido por los interventores que pueden determinar la producción comunicativa.
4. El de la *mediación cognitiva*, orientada a lograr que todo aquello que cambia tenga un lugar en la concepción del mundo de las audiencias. Su función social es lograr un ajuste entre los sucesos y las creencias; relaciona el acontecer con el creer para lograr un consenso. Tal mediación se expresa de dos maneras: por las características expresivas de los datos de referencia y por la diferente manera en que estos datos se ponen en relación unos con otros.
5. El de la *mediación estructural*, destinada a lograr que aquello que irrumpe -la información- sirva para realimentar las modalidades comunicativas de cada medio productor. Está basada en el uso expresivo del medio, y por tanto, determinada por sus características tecnológicas, (estas capacidades están determinadas por las intervenciones sociales que llevan a cabo las instituciones comunicativas que controlan el medio), la información, que es imprevisible, debe adaptarse a patrones establecidos; se utiliza para lograr un ajuste entre acontecer y prever; se expresa en la selección que se hace de los datos, la cual determinará su objetividad, la permanencia y la completitud de la información.
6. El de la *representación* que se hace cada uno de los receptores del medio, la cual depende de otros factores personales y siempre será distinta.

Martín Serrano se ocupa, en la obra referida, de estudiar los puntos cuatro y cinco. La mediación cognitiva y la estructural se llevan a cabo en el producto comunicativo que, desde el punto de vista de las representaciones, consiste en el repertorio de datos

de referencia relativos al acontecer, a propósito de los que se comunica, y desde el punto de vista material son un conjunto de expresiones que ocupan una determinada localización.

Estas dos dimensiones requieren tres tipos de análisis:

- a) *De contenido*, para estudiar los datos de referencia que aporta un producto comunicativo. Este primer tipo de análisis pretende identificar la forma en que el medio realiza su labor de *mitificación* (mediación cognitiva) cuando relaciona en el relato el acontecer con las normas. Para ello toma en cuenta los personajes, sus roles, atributos y objetivos, interacciones, fracaso o éxito de la empresa y las conductas que dan lugar a normas.
- b) *Formal*, para estudiar la materialidad del producto e investigar la manera en que el medio realiza su trabajo de *ritualización* (mediación estructural) dando noticia del acontecer en los marcos prescritos por el diseño del medio. Toma en cuenta la clase de mensaje de que se trate (textos, fotos, etc.), el espacio que se le destina, la ubicación que tiene dentro del cuerpo del medio y el género al que pertenece.
- c) *De participación del medio en la producción del acontecer público*, sabemos que el acontecer público del que dan cuenta los medios está impuesto en parte por los sucesos *emergentes* (sistema de referencia) y por la selección de acontecimientos que lleva a cabo cada medio. Para estudiar la intervención del medio en la producción del acontecer público, habrá que tomar en cuenta la atención puesta a los referentes, la elección de ciertas fuentes, la acotación de los acontecimientos en un marco temporal y en un marco espacial, el número de agentes que participan, si se da cuenta de ellos y cómo se catalogan los hechos. Todo a fin de evaluar la realidad que los medios ofrecen a los receptores⁴.

Estos tres tipos de análisis son los que habrán de efectuarse en nuestro trabajo, aunque más que adopción literal, se hará una adaptación del modelo, agregando algunos planteamientos teóricos en lo que concierne al proceso de transformación interna del periódico. Juan Torres López, autor también español, considera a la comunicación como intercambio, tomando en cuenta el contexto social en que se llevan a cabo los actos comunicativos, y elabora un análisis de la empresa comunicativa desde el punto de vista económico. La prensa es considerada como una industria que apunta a la obtención de beneficios, que difunde noticias y pasatiempos como mercancías y por

tanto está sometida a las leyes de la producción capitalista, que el autor reduce a su aspecto puramente mercantil. Torres López sostiene que el carácter industrial de la prensa determina el carácter de su mercancía, y así, el sentido social de la prensa está subordinado a un fin económico⁵.

Estos planteamientos habrán de conjugarse con los de Martín Serrano para elaborar un modelo propio de análisis en el cual incluimos:

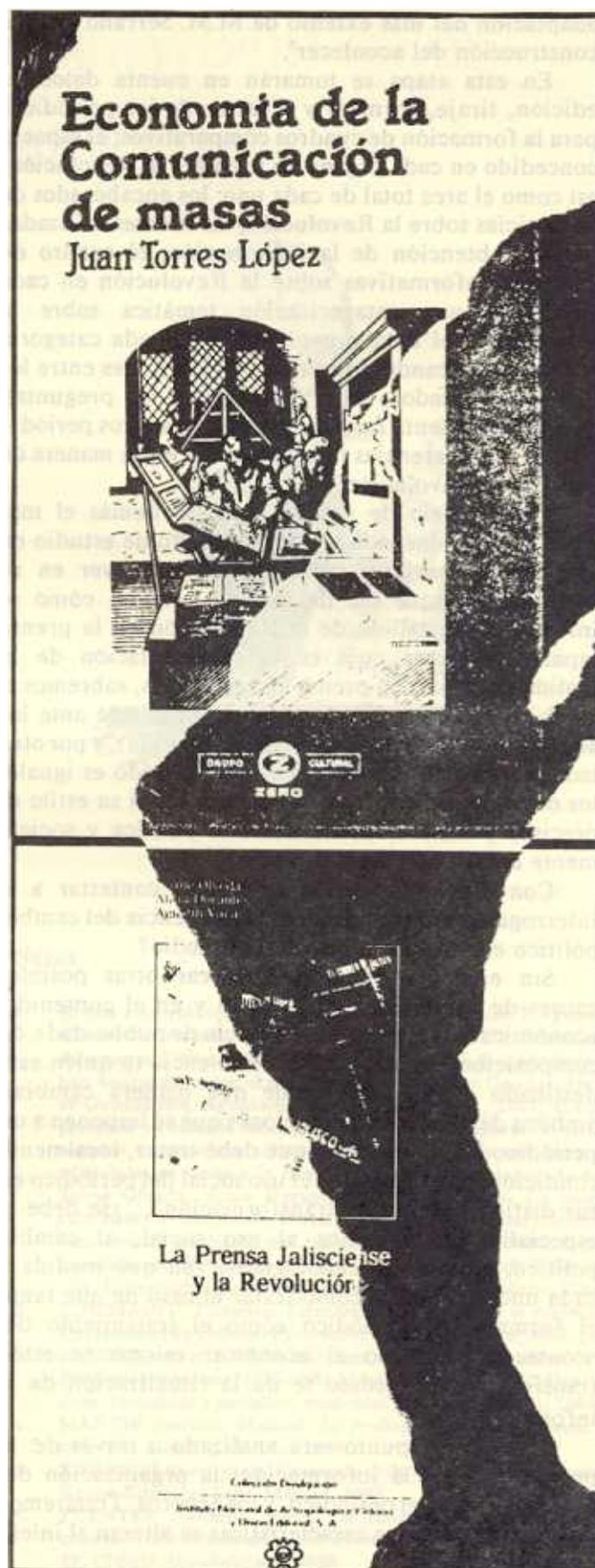
Análisis de contenido-estructural, que abarque los siguientes aspectos del periódico:

- a) Antecedentes globales de la empresa: quiénes la manejan (biografías en relación con los acontecimientos locales y nacionales), con qué capital inicial, maquinaria, relaciones sociales de producción.
- b) Morfología.
- c) Impresión-desarrollo técnico: papel, tinta, imprenta, gráfica. Tiempo de producción. Alcance en la distribución.
- d) Características físicas.
- e) Divisiones, clasificación del material.
- f) Contenidos: quiénes escriben, sobre qué, géneros, temas.

Explicación de *La Gaceta* en el contexto del periodismo de provincia. ¿Quería *La Gaceta* seguir el modelo anterior o tenía personalidad y objetivos propios? ¿A quiénes se dirige? ¿Cuál es su función social? ¿Cambia ésta o permanece intacta?

En torno al tema clave que se eligió, el inicio de la Revolución Mexicana, de noviembre de 1910 a mayo de 1911 (fecha de la caída de Porfirio Díaz), trataremos de descubrir el manejo de la información de *La Gaceta*, su relación con la política, los vínculos de sus dueños con el gobierno. Así, habrá que responder a las siguientes preguntas específicas: ¿Quiénes escriben? ¿De quiénes se escribe? ¿Que hay en la primera plana? (manejo cuantitativo y cualitativo). ¿Cómo se aborda la información? (¿qué pasa, qué se opina sobre ello). Para este punto, es necesaria la comparación de los hechos históricos concretos y la mención de ellos en *La Gaceta*: ¿Qué posición política toma el periódico? ¿Qué no se menciona? ¿Cómo se maneja la Revolución, como información o como opinión? ¿Se puede llegar a una categorización de temas incluidos?

Esta parte del análisis es comparativo: se hace necesaria la revisión somera de otros periódicos de la época (*El Correo de Jalisco*, *El Regional* y *La Libertad*, que son los otros tres diarios que circulaban en la ciudad en esa época). Para hacer el estudio comparativo se utilizará el modelo de Raúl Fuentes,



el gobierno de Jalisco y en 1911, el de gobernador de su estado natal. En 1907, aparecieron, con 15 días de diferencia, el diario de la tarde (que sólo se publicó unos meses) y el diario de la mañana (que continuaría hasta 1914), paralelamente al semanario que nunca dejó de aparecer. En 1908 los talleres de *La Gaceta* se incendiaron, siniestro que sólo detuvo un mes la producción de las publicaciones. Ya para este momento, *La Gaceta* era la primera empresa con miras netamente comerciales. Tenía varios linotipos en operación (y había sido la primera en utilizarlos), servicio telegráfico "exclusivo", un semanario de 14 páginas y un diario de un centavo "para todo el mundo". En 1909, sin embargo, la empresa fue rentada con opción a venta a la Compañía Editora del Diario de México, la cual durante casi dos años explotó la negociación y convirtió a *La Gaceta* en un periódico completamente "amarillo", cuya primera plana estaba llena de noticias sensacionalistas y grabados o fotos de escándalo. Era, sin embargo, el único periódico con información completa de los sucesos de la capital y el resto del mundo; el único con abundancia de fotos y noticias de los hechos acaecidos el día anterior, con corresponsales en México y en varias partes del país.

En 1910, la empresa pasó a manos de Ciriaco Garcillán, quien trató de devolverle su carácter original. Le cambió el nombre al diario llamándole *La Gaceta de Jalisco*, situación que duró hasta principios de 1911, cuando volvió a su antiguo dueño, Alamillo. A partir de entonces, *La Gaceta* conservó la misma línea hasta su desaparición en 1914.

Al inicio de la Revolución, *La Gaceta* era la única que tenía corresponsales en el norte del país y por tanto, la única que informaba de los hechos al día siguiente. Cambió su formato, utilizando la cuarta plana como otra primera (al estilo de *La Jornada*), para dar más lugar a los acontecimientos. Y, a diferencia de *El Correo de Jalisco*, se volvió antiporfirista, llegando a pedirle la renuncia al viejo dictador. *El Correo de Jalisco*, por el contrario, negó los acontecimientos, les restó importancia y siguió siendo porfirista hasta el final.

Por el momento, estos son los resultados obtenidos. Hay aún mucha información que no hemos sistematizado y datos que no se han recabado para lograr la comparación de *La Gaceta* con otros diarios de la ciudad. Sin embargo, creemos que se logrará cumplir con los objetivos que nos hemos planteado y que los resultados serán de suma utilidad tanto para el estudioso de la historia regional como para el investigador de la comunicación.



Notas

1. El más importante y completo de ellos es el de Juan B. Iguiniz, *Historia del Periodismo en Guadalajara (1811-1917)*, Biblioteca Jalisciense, Universidad de Guadalajara, 1955. Recientemente han aparecido otros: el de Magdalena González Casillas, *Voces de Guadalajara*, Ayuntamiento de Guadalajara, 1987, el cual pretende un estudio sobre el material literario aparecido en las revistas y periódicos culturales de la ciudad; la antología de editoriales en torno a la Revolución Mexicana, elaborada por Jaime Olveda, Alma Dorantes y Agustín Vaca, *La prensa jalisciense y la Revolución*, INAH, 1985, y la breve descripción y recuento de publicaciones periódicas de 1896 a 1940, hecha por Celia del Palacio en el *Tomo VIII de Jalisco desde la Revolución*, Universidad de Guadalajara-Gobierno de Jalisco, 1988.
2. TOUSSAINT, Florence. *Escenario de la prensa en el porfiriato*. Universidad de Colima-Fundación Manuel Buendía, 1989, p.8.
3. IGUINIZ, op.cit. ARENAS Guzmán, Diego. *El periodismo en la Revolución Mexicana (1876-1908)*. México, 1966. BRAVO Ugarte, José. *Periodistas y periódicos mexicanos*. Ed. Jus, México, 1966.
4. MARTIN Serrano, Manuel. *La producción social de comunicación*. Ed. Alianza, Madrid, 1986.
5. TORRES López, Juan. *Economía de la comunicación de masas*. Grupo Editorial Zero, Madrid, 1985.
6. FUENTES Navarro, Raúl. *La construcción informativa del acontecer. El terremoto de México en los diarios de Lima*. Huella No. 12, ITESO, Guadalajara, 1986.