

Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco, 2008.

**Quid: observatorio de medios
Departamento de Estudios Socioculturales
Iteso 2008**

Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco, 2008.

© **Quid: observatorio de medios**

Departamento de Estudios Socioculturales. Iteso 2008

Primera edición: Noviembre de 2008

Quid: observatorio de medios

Integrantes (otoño 2008)

Fabiola Eloisa López Álvarez

Diego Armando Mejía Picón

Alejandro Ronalds Casillas

Coordinación general

Juan Larrosa Fuentes

Coordinación editorial

Diego Amando Mejía Picón

La información contenida en este informe puede ser reproducida total o parcialmente, siempre y cuando se respete y cite la autoría de todos los que colaboraron en la construcción de este texto. Además, se solicita que en caso de utilizar el texto, se informe a su editor al siguiente correo electrónico: larrosa@iteso.mx.

Impreso y hecho en México.

Índice

Presentación

I. Medios de Comunicación y Estado

Emilio el mediático y el 134 constitucional

Por Juan Larrosa

El nuevo uso del dinero público

Por Alejandro Ronalds Casillas

II. Medios Públicos de Jalisco

2008: un año de cambios en el sistema de medios públicos en Jalisco

Por Diego Mejía Picón

El Ombudsman en Medios UdeG: debut y despedida

Por Diego Mejía Picón

III. Medios Electrónicos de la Zona Metropolitana de Guadalajara

¿Y en qué estación quedó mi locutor?

Por Fabiola E. López Álvarez

Lo cerrado de la televisión abierta

Por Kitzia Curiel Sánchez, Fabiola López Álvarez y Clarissa Torres Yamuni

IV. Transparencia en el estado

Leyes de transparencia de segunda generación en México ¿hacia donde vamos?

Por José Bautista Farías

V. Sociedad civil y Derecho a la Información

AMEDI Jalisco, una lucha constante por los derechos democráticos y la participación ciudadana

Por Diego Mejía Picón

Por el arte de documentar y recordar

Dice Niklas Luhmann: “Lo que sabemos sobre la sociedad y aun lo que sabemos sobre el mundo, lo advertimos a través de los medios de comunicación de masas”.¹ La aseveración del sociólogo alemán es contundente y podría ser muy discutida. Sin embargo, difícilmente podremos destruir su argumento, en el que nos dice, palabras más palabras menos, que los medios de comunicación se han convertido en una de las principales fuentes de información en las sociedades modernas. Con esta y otras ideas en la cabeza, desde hace ya algunos años, profesores de la Carrera de Ciencias de la Comunicación nos dimos a la tarea de construir el proyecto de un dispositivo universitario que tuviera la capacidad de hacer observaciones críticas a los medios de comunicación del entorno, sobre todo, entendiendo la trascendencia que éstos tienen para la sociedad, pero en lo particular para el ejercicio de un comunicador.

Luego de mucho trabajo, hemos llegado a claridades. Actualmente este proyecto se llama *Quid: análisis crítico de los sistemas de comunicación*, y tiene como objetivos centrales: analizar, describir y generar información sobre el sistema de medios de comunicación de Jalisco; fomentar la construcción de audiencias críticas en la comunidad universitaria; y establecer diálogo con los medios de comunicación para fomentar una mayor calidad en sus contenidos. Además, el observatorio buscará formas creativas de publicar sus labores; todo esto encaminado a la defensa del derecho a la información.

Una de las tareas fundamentales de este observatorio es dejar rastros documentales de la vida de los sistemas de comunicación de nuestro entorno; aspiramos a ser una suerte de cronistas del presente. De esta forma, el texto que el lector tiene entre sus manos fue escrito a partir de tres objetivos. El primero es hacer una compilación sobre las coyunturas más importantes en términos de medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco durante 2008. El segundo es la creación de un punto de partida para un proyecto editorial, que año con año documente, pero también investigue los temas más relevantes de su entorno en materia de comunicación. El tercero es posibilitar un espacio de reflexión, en el que alumnos del Iteso puedan desarrollarse en el campo profesional de la

¹ Luhmann, Niklas. *La realidad de los medios de masas*. Anthropos. México. 2000. P: 1.

investigación académica y periodística, del análisis social y de la edición de textos.

Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco, consta de cinco partes: Medios de Comunicación y Estado; Medios Públicos de Jalisco; Medios Electrónicos de la Zona Metropolitana de Guadalajara; Transparencia en el estado; y Sociedad civil y Derecho a la Información. En estas secciones podrán encontrarse diversos artículos que documentan casos como las presuntas transgresiones del gobernador de Jalisco al artículo 134 constitucional (que hace referencia a la prohibición expresa que tienen los gobernantes para hacer promoción personal en medios de comunicación con recursos públicos); las donaciones que el gobierno del estado ha dado a instituciones como Televisa, TV Azteca o MTV; los cambios en el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión; el surgimiento de la Asociación Mexicana del Derecho a la Información capítulo Jalisco; entre otros. Estos temas son muy importantes porque son coyunturas que dan pistas de cómo está conformado el sistema de comunicación de nuestro entorno.

Sin embargo, aunque no infinita, la labor de documentación ha significado un gran esfuerzo. El año que está por concluir deja muchos temas que también tendrían que documentarse y discutirse, como la opaca elección de consejeros del ITEI, la aparición de un nuevo semanario en la prensa escrita local llamado *Crítica*, el inicio de transmisiones de otra radiodifusora regional de Radio Universidad en Autlán, la baja en el precio de venta de *El Informador* (de siete a cinco pesos), y seguramente otros temas que no hemos registrado.

El reto está para este ejercicio de documentación es que pueda realizarse año con año y que cada edición se construya de forma más compleja. En esta entrega se ofrece al lector un prontuario de hechos, coyunturas, y estados del arte sobre ciertos temas que resultaron importantes en la agenda pública. Para las siguientes ediciones la idea es hacer un trabajo de investigación de mayor alcance, profundizar en los temas y publicar los resultados que el observatorio de medios vaya generando.

I. Medios de Comunicación y Estado

Emilio el mediático y el 134 constitucional

Por Juan Larrosa

En México, en los últimos diez años, gobernantes de distintos niveles (federal, estatal y municipal), han desarrollado una comunicación política cada vez más sofisticada -en cuanto a herramientas técnicas-, acorde a ciertas tendencias mundiales, en las que gobernar a través de los medios de comunicación se ha convertido en una estrategia muy utilizada. Sin ánimos de profundizar en temas como la comunicación política y el marketing político, habría que decir que para los Estados modernos resulta muy relevante comunicar su trabajo, pues es un punto de partida para argumentar que están realizando una labor satisfactoria y que por tanto, tienen las cualidades para volver a ser elegidos por los votantes. Es decir, la comunicación del trabajo de un gobierno resulta fundamental para mantenerse en el poder.

Vicente Fox, ex presidente del país, ha sido uno de los políticos que más ha hecho uso de este tipo de prácticas comunicativas; basta recordarlo en los miles de minutos que utilizó en radio y televisión para hablar de los logros de su gobierno. Este es solo un ejemplo que da cuenta de cómo la clase política ha invertido tiempo y dinero en construirse una buena imagen a través de los medios de comunicación. Si la meta es rendir cuentas o hacer publicidad, a primera vista esto no es pernicioso, pues resulta deseable que la población conozca cuáles han sido los logros y avances que su gobierno en turno está generando. Sin embargo, el tema se complica cuando colocamos otros datos en la mesa de discusión: esta publicidad contraviene las regulaciones básicas de un sistema electoral que se precia de ser democrático, sobre todo cuando el uso de estos recursos es discrecional y poco equitativo.

En el caso de Jalisco hemos atestiguado el paso de un gobernador como Alberto Cárdenas, quien fuera el primero en hacer altas inversiones en su imagen y en comunicar su trabajo a través de los medios de comunicación; después vimos a Francisco Ramírez Acuña, que si bien es un político adusto y más de alguna vez calificado como gris, también echó mano de grandes cantidades de dinero para construir su estrategia mediática. Finalmente, encontramos a Emilio González Márquez, el actual gobernador del estado, quien sin duda, ha fincado buena parte de los esfuerzos de su gestión, en un trabajo a partir de impactos en medios de comunicación.

Estos ejemplos, que se han reproducido a lo largo y ancho del país, llevaron, entre muchas otras cosas, a reformar la Constitución Política Mexicana y leyes en materia electoral. En lo particular, se reformó el artículo 134 Constitucional, que a la letra dice: “La propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que difundan como tales, los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de Gobierno, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público”.

Esta reforma ha limitado, en buena medida, campañas de promoción personal disfrazadas de estrategias informativas de gobierno. Sin embargo existen 170 denuncias abiertas en el Instituto Federal Electoral (IFE) por presuntos actos de promoción ilegal de funcionarios públicos, entre los que se encuentran gobernadores, alcaldes, senadores, diputados locales y federales, las cuales hasta noviembre de 2008 no se habían resuelto. Uno de los denunciados es Emilio González Márquez, gobernador del estado de Jalisco.

Las acusaciones en contra del gobernador

Todo comenzó el 29 de enero de 2008, cuando en diversos canales de televisión y estaciones de radio, se difundieron espots del Gobierno estatal en los que aparece Emilio González Márquez promocionando su imagen. Un diario de circulación local hizo un recuento de esta publicidad que presuntamente viola el artículo 134 de la Carta Magna: “En televisión, el gobernador, unos días antes de su informe de gobierno, sale a cuadro y presume: Apoyo económico y capacitación a más de 4 mil empresas para que haya más empleo; becas de transporte para estudiantes; apoyo económico para los viejitos más necesitados de Jalisco; la construcción de los primeros hospitales de la mujer; y la inauguración de 67 consultorios; la remodelación y equipamiento de Centros de Salud. Todos estos espots rematan con Emilio González diciendo: ‘Este es sólo el inicio. Juntos haremos más’” (*Mural*, 30/01/08).

Las apariciones del gobernador en una campaña de publicidad de radio, televisión y prensa, ameritaron que el Partido Revolucionario Institucional (PRI), pusiera una queja ante el Instituto Federal Electoral y que el Partido

de la Revolución Democrática (PRD), demandara penalmente a González Márquez, “por la campaña publicitaria que lanzó antes y después de su Primer Informe de Gobierno. El dirigente estatal del partido del sol azteca, Gabino Berumen Cervantes, dijo que ante la flagrante violación a la Carta Magna, es necesaria la intervención de la Fiscalía Especializada para Delitos Electorales (Fepade) de la PGR, para que investigue si Mandatario incurrió en un delito.” (*Mural*, 6/02/08).

Del curso de la demanda interpuesta del PRD poco se ha sabido; en contraparte trascendió que el 25 de febrero, el IFE admitió la queja del PRI en contra del gobernador del estado y actualmente es investigada junto con otra centena de casos similares.

Es difícil prever qué pasará legalmente con las acusaciones que se han hecho en contra del gobernador. Lo cierto es que Emilio González se ha convertido en un político que ha privilegiado la construcción de una imagen pública, sobre otras acciones de mayor apremio para un gobernante (los ejemplos sobran, basta aguzar críticamente la mirada en nuestro entorno, para encontrar un sin fin de problemas por resolver). Sirva este artículo como un apunte para seguir el caso de la presunta violación al artículo 134 Constitucional de Emilio González Márquez y del que seguramente tendremos noticias en 2009.

El nuevo uso del dinero público

Por Alejandro Ronalds Casillas¹

Es de vital importancia poner en perspectiva lo que ha sucedido con el dinero público desde que Emilio González Márquez llegó al gobierno del estado de Jalisco. El tema no es menor y ha sido consignado por los principales medios de comunicación del país, se ha debatido en muchas columnas políticas y lo más importante, ha generado profundas insatisfacciones y divisiones entre la sociedad.

El punto de mayor polémica de este caso llegó con la popularmente denominada “macrolimosna”, un donativo que el gobierno del estado hizo al Arzobispado de Guadalajara para apoyar la construcción del Santuario de los Mártires, una obra faraónica del Cardenal Juan Sandoval Iñiguez. El gobierno justificó la entrega de estos recursos bajo el argumento de que fomentaría el turismo religioso en Jalisco cuando el templo estuviera concluido. La entrega de los recursos causó un gran malestar social y luego de diversas manifestaciones sociales y políticas, la Asociación Civil que el Arzobispado creó para llevar a cabo este proyecto, decidió regresar los donativos a las arcas estatales.

Sin embargo, el ejemplo anterior fue solo una de las estrategias que el gobierno estatal ha desarrollado para incentivar el turismo en el estado o para convertir a Jalisco en un lugar “atractivo” para las inversiones internacionales. El Movimiento Ciudadano en Defensa del Dinero Público y el Estado Laico, ha documentado que estas “donaciones para promocionar al estado” han ascendido a 109 millones de pesos (sin contar la macrolimosna): 45 millones de pesos al Teletón en 2007 y 2008; 55 a Espacio 2007 (encuentro de comunicación organizado por la empresa Televisa); 12 a las telenovelas “Las tontas no van al cielo”; 3.5 al Juguetón (organizado por TV Azteca); 102 mil pesos a la telenovela “Tengo todo excepto a ti”; y 4.1 para el concurso “Las 13 maravillas de México”.

Luego de observar estos datos, llegamos a dos conclusiones. La primera es que para el gobierno resulta muy importante “espectacularizar” su trabajo cotidiano. Para muchos es loable la entrega de recursos a eventos filantrópicos como “el Teletón” o “el Juguetón”; el meollo está en cómo se

¹ Alejandro Ronalds, nació un 19 de julio de 1986, estudiante de Ciencias de la comunicación, apasionado por la moda y sus nuevas tendencias, amante del arte y todo tipo de formas no convencionales de expresión, melómano y apasionado por el cine y la literatura.

entregan estos recursos, en donde el factor “espectáculo” adquiere una gran importancia, pues el gobierno se construye una imagen proclive a estas causas, sin que se cuestione el hecho de que no nada más se deberían otorgar recursos a estas organizaciones, sino que el gobierno tendría que estar trabajando arduamente porque las personas de capacidades diferentes tengan los recursos para desarrollarse libremente y para que los niños pobres puedan tener mejores condiciones de vida que les permitan tener acceso a juguetes. La segunda es que estas donaciones tienen un origen desconocido (tal vez de una noche de inspiración del gobernador y de sus asesores), pues en ningún caso se hizo público estudio alguno en donde se explicaran a detalle los porqués de estas donaciones, tampoco se advirtieron qué beneficios traerían estos ejercicios a la población de Jalisco. Por ejemplo, si hubieran explicado que la realización de Espacio 2007 iba a generar cien nuevos empleos para comunicadores jaliscienses (lo cual, vale señalar, no sucedió), tal vez la entrega de recursos públicos a Televisa, una de las empresas más prominentes del país, no habría generado tanta polémica.

MTV o el concierto para muy pocos

Dentro de todo este universo de donaciones, hubo varias que llamaron la atención de *Quid*, por el vínculo que se ha generado entre el gobierno estatal y algunas empresas de comunicación. Ya mencionamos el caso de Espacio 2007, al que se le otorgaron 55 millones de pesos para su realización; también están “el Juguetón” y “el Teletón”, sobre los cuales ya hemos abundado; y la entrega de recursos para la realización de telenovelas como “Las tontas no van al cielo” o “Tengo todo excepto a ti”. Para este informe, que documenta lo ocurrido durante 2008, el caso que más importa es la entrega de 21 millones 140 mil pesos al canal estadounidense de televisión de paga MTV (Music Television), para la realización de una entrega de premios en la ciudad de Guadalajara.

A finales de abril de 2008 comenzó a correr el rumor (en los trascendidos de distintos diarios de la ciudad), que el gobierno pretendía entregar dos millones de dólares a MTV para realizar un evento en la ciudad; meses más tarde, la entrega de recursos se oficializó y ante los múltiples cuestionamientos de medios de comunicación y sociedad en general, el gobierno se limitó a decir que el dinero se tomaría del presupuesto etiquetado como “Promoción turística” y cuyo objetivo, en efecto, era tal: promocionar a Guadalajara como ciudad cosmopolita, lo cual traería

inversiones privadas y una alza en el turismo; no hubo ningún documento que detallara la planeación ni los cálculos de la derrama económica que esto traería a la ciudad.

Según cálculos de Mario Gutiérrez, periodista de un diario local (*Mural*, 17/10/08), la producción de este evento, costó al erario público 87 mil pesos el minuto. En su artículo cuestiona el gasto, pues advierte que MTV es un canal de televisión restringida y no se puede sintonizar como un canal de televisión abierta: “Si el Gobierno estatal buscaba raiting y una mayor difusión turística debió invertir el dinero en otro espacio, aunque el costo habría sido mayor. Los 87 mil pesos por minuto representan la mitad del dinero que debe gastarse para aparecer en el horario estelar de canal 5 de Televisa, que también es considerado de corte juvenil y puede sintonizarse en cualquier aparato receptor. Canal 5 tiene el 16 por ciento de la audiencia de televisión en el País; por el contrario, en MTV la difusión es cerrada a los sistemas de televisión por cable, lo que disminuye las posibilidades de que los programas lleguen a un público más amplio”.

Varios días después de que se realizaron los premios MTV en Guadalajara, el gobierno del estado dio a conocer los saldos económicos de su apuesta. El evento generó una derrama directa de 10 millones de pesos (dinero gastado en hospedaje, transporte y servicios como restaurantes). Según una nota de Eugenia Barajas (*La Jornada Jalisco*, 25/10/08), la oficina de turismo detalló que “la derrama directa ha ascendido a los 10 millones de pesos y la indirecta a 15 millones de pesos, a lo que se suma que tras la transmisión se tienen contemplados 150 impactos, ya que el canal televisivo repite continuamente el show y con eso se posiciona el nombre de Guadalajara. Detalló que fueron 5 mil noches, y de éstas, el 20 por ciento se lo llevó un solo hotel y el gasto promedio por turista ascendió a los 2 mil pesos. En cuanto a los artistas, refirió que no pagaron de forma directa, ya que fueron invitados por el canal”.

El cálculo es muy sencillo, si el gobierno puso 21 y a la ciudad le regresaron diez, es posible argumentar que el evento fue un fracaso total. Ante estos señalamientos, el secretario de turismo se limitó a decir que en términos de publicidad, las miles de menciones que Guadalajara recibió a través del canal estadounidense eran incalculables, lo cual se erigió como un éxito en las estrategias de promoción turística del estado.

Epílogo: *Empty be*

El 20 de octubre, Alfredo Sánchez, articulista del periódico *Público Milenio*, escribió un texto titulado “Empty Be”, en clara alusión a la entrega de premio que hemos comentado. En su texto, Sánchez declaraba su desazón por el desprecio del gobierno hacia proyectos culturales y su tenaz insistencia de entregar recursos del erario público para eventos como los MTV; además hacía cálculos primarios de las alternativas en las cuales se pudo haber gastado ese dinero. Evidentemente los escenarios que describió eran, cuando menos, desoladores.

Es muy significativo que el gobierno de nuestro estado gaste en una sola noche la cantidad de dos millones de dólares, en un concierto que no fue público (faltaría escribir otro artículo para documentar aquella discriminación de los organizadores cuando a los asistentes les indicaban que el lugar cercano al escenario era para las bonitas y los estrados más altos para los feos) y que lejos está de posicionar a Guadalajara como una ciudad turística. En el siguiente artículo de este informe (“La renovación del SJRyT ante los nuevos retos de la comunicación en México”), se consigna que este año ha sido espléndido para el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión, pues recibió un presupuesto anual de 33.7 millones de pesos (le aumentaron este año un millón). Si Alfredo Sánchez reclama que se invierta dinero en proyectos culturales, desde *Quid* cuestionamos que se gasten dos millones de dólares en un espectáculo privado, que representan 64 por ciento del presupuesto del SJRyT, cuando sin duda, los retos de la comunicación pública de Jalisco necesitan de esos recursos.

II. Medios Públicos en Jalisco

2008: un año de cambios en el sistema de medios públicos en Jalisco

Por Diego Picón

Tras haberse alojado en La Casa de la Cultura de Jalisco por más de nueve años, el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRTV) trasladó su equipo, tanto técnico como humano, a las nuevas instalaciones en el edificio México, ubicado en la avenida del mismo nombre y la calle Francisco Rojas. El edificio fue construido en los setenta por el arquitecto Félix Aceves; comprarlo costó 15 millones de pesos, a los que se agregaron siete más para su remodelación, y 10 para equipamiento, dando un aproximado de 32 millones de pesos. Esta cantidad se tomó del presupuesto general de este sistema de medios, que en 2008 fue de 33.7 millones de pesos, 1.6 más que en 2007.

El cambio de ubicación de las instalaciones del SJRTV se efectuó en abril de 2008; sin embargo, reanudar las labores cotidianas en las transmisiones de radio y televisión demoró un mes. Mientras tanto, el canal televisivo C7 y la estación de radio XEJB (93.6 de Frecuencia Modulada y 630 de Amplitud Modulada), transmitieron programas repetidos y música durante treinta días.

El edificio México fue adecuado con tecnología digital para la transmisión de programas, aire acondicionado inteligente para el ahorro eléctrico, red de datos de alta velocidad en cobre y fibra óptica, estudios de televisión, cabinas de transmisión y grabación de audio, islas de producción y postproducción de video, fonoteca, videoteca y tecnología de telecomunicaciones microondas. Además, el sistema compró dos obras de Alejandro Colunga, famoso escultor por su trabajo en Plaza del Sol y el Hospicio Cabañas, que costaron un millón 200 mil pesos.

Samuel Muñoz Gómez, director de SJRTV, procuró que con estos cambios, tanto el canal de televisión como la estación de radio se hicieran de un público más amplio, de distintos rangos de edad y clases sociales. Uno de los objetivos que se propusieron fue lograr que los jóvenes se interesen por el sistema de medios públicos del estado. Estas metas se trabajaron a partir de la reestructuración de los contenidos, mediante la inyección de recursos económicos a la producción. Algunos de los nuevos programas de C7 fueron: “Siluetas”, “Aquellos Tiempos”, “Artistas Underground”,

“Platos y Relatos” y “El Manual de Carreño”. De la misma manera se renovó a los programas consagrados. Muñoz Gómez aclaró que ningún programa sería suspendido, pero que algunos sufrirían transformaciones en su estructura con el fin de hacerlos más atractivos para el público. Para lograr los cambios, el sistema contrató a Douglas Drew, consultor de CNN y CBS, y a Pedro Villabona, director técnico de Discovery Channel. Con la transformación, el sistema se suscribiría dentro de las cinco productoras estatales más fuertes del país.

La inauguración de las instalaciones se llevó a cabo el 7 de mayo, en el marco de la sexta “Asamblea de la Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México”, donde se presentó la nueva barra de programas televisivos y radiofónicos. A la asamblea asistió el gobernador del estado Emilio González Márquez, además de otras figuras públicas y miembros el medio.

C7 es un canal de televisión de corte cultural, sostenido por un presupuesto público del cual se erogan los recursos para la producción de programas, para el pago de nómina del personal y para el mantenimiento de las instalaciones. A principios de 2008, con los cambios propuestos, se proyectaba que la producción local de C7 aumentaría cien por ciento; actualmente C7 es la televisora con mayor producción de contenidos locales.¹ En tanto, en la estación radiofónica XEJB también hubo cambios considerables, aunque sin mucho alarde: se gestaron alrededor de 20 nuevos proyectos para la frecuencia AM y 45 para la FM.

Por otro lado, desde mayo, el sistema cuenta con el servicio de medición de niveles de audiencia proporcionado por la empresa privada IBOPE. El servicio costó 180 mil pesos y permite sostener una lectura diaria del rating de cada programa. Según el reporte de IBOPE, en el mes de junio los ratings más altos fueron para las series: “Aquellos Tiempos” (1.26 puntos), “Siluetas” (1.04 puntos) e “Hijos del Barro” (1.48).²

Los cambios en el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión son trascendentales para el futuro de los medios de comunicación de Guadalajara. El aumento de presupuesto destinado a esta entidad significa

¹ Para más información, ver: Curiel Sánchez, Kitzia; López Álvarez, Fabiola; y Torres Yamuni, Clarissa. “Lo cerrado de la televisión abierta”, en *Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco. 2008*. Guadalajara, México. Iteso – Quid. 2008.

² Cada punto de rating representa un promedio de 10 mil televidentes.

un impulso considerable. Sin embargo, si observamos otros gastos del gobierno en materia de medios, como lo otorgado a MTV, Televisa o TV Azteca (que en los últimos dos años suma casi 147 millones de pesos), podemos percatarnos del indiscriminado derroche de recursos que se destina a empresas privadas, y un evidente desequilibrio comparado a lo reservado para medios locales.³

Tales situaciones nos obligan a formular cuestionamientos que atañen a todos los ciudadanos: ¿cómo enfrenta el SJRTV la disparidad del gasto del gobierno del estado entre medios privados y estatales? ¿Cuáles son las metodologías del SJRTV para lograr los objetivos enunciados en su reestructuración? ¿Cuáles son los nuevos retos para el SJRTV? ¿Cómo buscar nuevas audiencias? ¿Cómo sobrevivir bajo un régimen legal que no incentiva el trabajo de los medios públicos?

³ Para más información, ver: Ronalds Casillas, Alejandro. “El nuevo uso del dinero público”, en *Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco. 2008*. Guadalajara, México. Iteso – Quid. 2008.

El Ombudsman en Medios UdeG, debut y despedida

Por Diego Picón

El lunes 10 de marzo de 2008 se anunció el nombramiento de Enrique Sánchez Ruiz como Ombudsman de Medios de la Universidad de Guadalajara (UdeG). Sánchez Ruiz es coordinador del Doctorado en Ciencias Sociales del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades e investigador del Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la UdeG. El cometido del Ombudsman es defender los intereses y derechos del público, con el objeto de garantizar, en este caso, que los programas de radio y televisión así como los contenidos de la Gaceta Universitaria, se ajusten a lineamientos de profesionalismo y ética. Con la implementación de esta figura, la universidad sigue la huella del Canal 11 (Politécnico Nacional) y del Canal 22 del Distrito Federal.

La figura del Ombudsman en Medios UdeG surgió en el “Segundo Seminario sobre la Autorregulación y los Medios de Servicio Público”, organizado por aquella casa de estudios en noviembre de 2007. La aparición de Sánchez Ruiz como Ombudsman fue el 14 de marzo de 2008.

El domingo 25 de mayo, Sánchez Ruiz emitió su primera recomendación, dirigida al entonces Director de Información de *Radio Universidad*, el controversial periodista Leonardo Schwebel Esquivel. En este pronunciamiento el ombudsman señaló que la estación universitaria autocensuró, el 21 de mayo de 2008, las “mentadas de madre” que estudiantes universitarios propinaron al gobernador del estado Emilio González Márquez en la inauguración de una biblioteca del Centro Universitario de Lagos de Moreno. La crónica de este evento, transmitida en vivo por *Radio Universidad*, fue interrumpida sin dar explicaciones, a pesar de que un día después fue destacada en prensa escrita, radio y televisión.¹

Esta primera recomendación causó gran polémica pues no fue aceptada por Leonardo Schwebel, quien justificó la situación argumentando que Sánchez Ruiz “se equivocó al decir que hubo autocensura, pues sí se transmitió en

¹ Este desaguisado entre estudiantes y el titular del gobierno en el estado, fue una secuela del malestar que generó la “macrolimosna” de 90 millones de pesos otorgada por el gobierno estatal al Arzobispado de Guadalajara, y de las polémicas declaraciones del González Márquez, quien en un evento de caridad mandó a “chingar a su madre” a todo aquel que no le pareciera el donativo.

vivo la inauguración de la biblioteca y se mencionó que algunos estudiantes se inconformaron con la presencia del gobernador” (*Mural*, 29/05/08). Este escenario puso en tela de juicio la verdadera autonomía del Ombudsman, pues se dejó ver una lucha de intereses políticos y partidistas que no tienen lugar en una universidad de tal prestigio.

Gabriel Torres Espinoza, vicerrector de la UdeG, quien calificó como “error” la crítica de Sánchez Ruiz, planeó una reglamentación para dejar claro cuándo debía emitir recomendaciones el Ombudsman, lo cual, sin duda, resulta lesivo para una sana actuación del ombudsman. Además, invitó al editor de la revista *Etcétera*, Marco Levario Turcott, para coordinar un grupo de trabajo y tener un documento para que las observaciones de la audiencia fueran atendidas debidamente.

Ante los cuestionamientos a su trabajo, el 30 de mayo, Enrique Sánchez Ruiz presentó su renuncia con la excusa del estrés que esta situación había causado en su salud. La renuncia fue aceptada por el entonces Rector General de la UdeG, Carlos Briseño Torres.

Tras lo ocurrido, José Luis Vázquez Baeza, periodista con maestría en Administración Pública, y quien reside en la ciudad de México, se convirtió en el nuevo defensor de la audiencia. Desde el inicio de su trabajo, el nuevo ombudsman tuvo que ceñirse a una serie de reglas que limitaban su trabajo. Por ejemplo, el ombudsman, luego de recibir una queja, tiene que notificarla a la parte acusada y esperar una respuesta; luego de escuchar a ambas partes puede dar a conocer públicamente la resolución sobre las quejas. Además, tiene un consejo consultivo integrado por dos académicos, dos periodistas y dos ciudadanos.

Un grupo de académicos de la UdeG (entre los que se encuentran el jefe del DECS, Armando Zacarías Castillo y el investigador Pablo Arredondo) criticó el nombramiento del nuevo Ombudsman de medios a causa de que éste trabajara desde el Distrito Federal, argumentando que existen personas competentes en la localidad para desempeñar ese puesto. Señalaron que el conflicto con el anterior Ombudsman desveló las “inconsistencias que prevalecen en materia de transparencia informativa” en la Universidad de Guadalajara.

La instauración del Ombudsman es un paso importante para lograr una mayor calidad en el desempeño de Medios UdeG; además, vale apuntar que apenas es el segundo defensor del público que trabaja en la ciudad: solamente el diario *Público Milenio* ofrece este servicio a sus lectores. Sin embargo, mucho tendrá por hacer el nuevo ombudsman para legitimar sus labores, pues llama la atención la poca transparencia de la universidad al llevar a cabo sus procesos informativos. La poca nitidez en la política universitaria nos invita a pensar que el nombramiento del Ombudsman no fue más que una propaganda mediática para una entidad de máscaras democráticas, pero de entrañas nebulosas.

III. Medios Electrónicos de la Zona Metropolitana de Guadalajara

¿Y en qué estación quedó mi locutor?

Por Fabiola E. López Álvarez¹

2008 ha sido un año de grandes escándalos en el mundo periodístico y de los medios de comunicación. Las inesperadas salidas de periodistas de sus espacios informativos en televisión y radio, han dado mucho de qué hablar, pues en la mayoría de los casos se desconoce el porqué de sus ausencias. En este texto documentamos, de forma general, las sorprendidas partidas de algunos conductores radiofónicos de la Frecuencia Modulada (FM) en Guadalajara.

El común denominador es que en ninguno de los casos que presentamos se han aclarado de forma satisfactoria las causas de la salida del espacio informativo o de su conductor. En los tres casos prevalece un ánimo de poca transparencia, pues no se informó al radioescucha si los cambios se debieron a conflictos de intereses políticos, comerciales o simplemente el término de la relación laboral. Por otro lado habría que aclarar que la opacidad proviene tanto de las empresas de comunicación, como de los mismos periodistas.

En contexto: el caso del Distrito Federal

En enero de 2008 intempestivamente ocurre la salida de la controversial periodista Carmen Aristegui del programa matutino “Hoy por Hoy” que se transmitía por *W Radio*, propiedad del español Grupo PRISA y Grupo Televisa: “El día de ayer finalmente se me notificó que era una decisión tomada no renovar el contrato bajo ninguna nueva o actual circunstancia”, dijo Aristegui en los micrófonos de *W Radio*.

La comunicadora explicó que desde que inició transmisiones en esa estación de radio, el contrato laboral que la ligaba a la estación se renovaba automáticamente cada año, pero en diciembre pasado ya no sucedió así: “La explicación esencial es que el modelo editorial que hemos practicado a lo largo de estos años en *W Radio* es incompatible con el modelo de noticiero, el modelo de dirección editorial que la propia empresa ha determinado, que ha experimentado en otros lugares y que le ha dado los resultados

¹ Estudiante y próximamente graduada de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad ITESO. Perfeccionista de nacimiento, clara y franca de corazón, pero ñoña y “matadita” desde lo más profundo de su ser. Apasionada a más no poder de la lucha libre y a lo que investigación se refiere. Ágil y dedicada al pasar extensas bases de datos.

que la propia empresa desea precisamente para *W Radio* en México”, dijo Aristegui.²

Tres casos paradigmáticos en la capital tapatía

En el ámbito regional, Guadalajara no se queda atrás en cuanto a las salidas inesperadas de periodistas en el medio radiofónico. El primero en ser retirado de los micrófonos fue el periodista y conductor Leonardo Schwebel, titular de “Pulso Informativo” en 91.5 FM Ultra y 880 AM Triple A, ambas de Promomedios Radios, y a quien simplemente le notificaron de su salida en septiembre de 2007.

Tras la salida de Schwebel, quedaron al frente de los espacios informativos las conductoras Mafalda Wario y Belén Zapata. Después de estos reacomodos de la emisora, se integró al equipo el experimentado periodista Pedro Mellado, quien meses más tarde, también súbitamente salió del aire.

Para conocer a fondo las razones de los (inexplicados) cambios de los últimos dos años en los noticieros del Grupo Promomedios, en *Quid* nos dimos a la tarea de buscar a Belén Zapata en su actual calidad de conductora del informativo matutino de *Pulso Informativo* y al periodista Pedro Mellado. La idea era platicar con ellos para conocer sus posturas sobre los cambios en la estación de radio 91.5. Nos preguntábamos: ¿por qué son tan poco transparentes estas salidas? ¿Cuál es la postura oficial de la radiodifusora? ¿Cuál ha sido el impacto de estas decisiones en su auditorio? El resultado fue que no obtuvimos ninguna respuesta de estos dos periodistas.

Esta misma situación, aunque con distintas variantes, se repitió con Leonardo Schwebel, quien después de su salida de “Pulso Informativo” se incorporó a las filas de *Radio Universidad de Guadalajara*. Además de conducir el noticiario matutino, llamado “Desde el epicentro de la información”, fue nombrado Director de Información de Medios UdeG. En lo general, no se divisaban grandes dificultades en el trabajo de este periodista, pero dentro de la Universidad de Guadalajara se desató un conflicto interno que llevó a la destitución de Carlos Jorge Briseño Torres en su calidad de rector, y como consecuencia, al ser identificado Schwebel con el ahora ex rector, fue cesado de sus funciones como periodista. Leonardo Schwebel fue relevado durante algunos días por el conductor Sergio

² *Carmen Aristegui deja intempestivamente W radio* [www.cnnexpansion.com/actualidad/2008/01/04/carmen-aristegui-deja-w-radio]

Bross, para después quedar con el puesto Sergio Galindo (quien hasta el cierre de esta edición seguía como titular del espacio). De la misma forma como buscamos a Zapata y a Mellado, establecimos vías de comunicación con Schwebel, quien aceptó ser entrevistado vía correo electrónico. Sin embargo de forma inexplicable nos denegó la posibilidad de publicar sus respuestas.

Otro periodista que también salió del aire de la Frecuencia Modulada fue Javier Solórzano, quien luego de una serie de intermitentes apariciones en la estación *Máxima* (89.1 FM), su programa, *Radio Trece Noticias* que se transmite desde el Distrito Federal, desapareció inexplicablemente del aire. En este tercer caso, también nos dimos a la tarea de establecer contacto con Alejandro Tavares López, director de esta estación tapatía. Luego de varios días de gestión, finalmente la secretaria del director tomó la llamada de *Quid*; al explicarle que buscábamos a Tavares y desde el Iteso para una entrevista, nos preguntó que si era para fines comerciales; al responderle que no, fue tajante al decir que no tenían tiempo para atendernos.

Epílogo: La poca transparencia de las estaciones de radio

Muchas de las posturas y decisiones de las empresas mediáticas son un enigma y poco transparentes, particularmente en lo que respecta a las salidas de sus conductores. En el caso de Guadalajara, hemos observado que durante 2008, por diferentes circunstancias algunos periodistas han dejado sus espacios informativos.

De la poca información que hemos obtenido, tanto de las estaciones de radio como de los propios periodistas, en *Quid* podemos suponer hay tres motivos por los cuales han llegado a su fin estos proyectos informativos: por conflictos de corte político (con el término de relaciones de poder y destituciones de cargos de alta jerarquía en el entorno noticioso); por cuestiones del ámbito comercial que afectan los intereses de los consorcios mediáticos; o simplemente por el finiquito de una relación laboral.

Y mientras tanto, los radioescuchas se seguirán haciendo la pregunta: ¿Y en qué estación quedó mi conductor?

Lo cerrado de la televisión abierta

Por: Kitzia Curiel Sánchez,¹ Fabiola López Álvarez² y Clarissa Torres Yamuni³

Al encender la televisión con un control remoto podríamos pensar que tenemos el poder de decidir lo que vamos a ver. Sin embargo, lo anterior no es completamente verdad, ya que la variedad que nos ofrece la televisión, particularmente la que se transmite de forma abierta, es muy pobre. Este artículo describe algunas de las características de la programación televisiva en Guadalajara, que a grandes rasgos podríamos afirmar, tiene un enfoque meramente publicitario y de entretenimiento.

La televisión juega un papel importante en la vida cotidiana de los consumidores, ya que trata de persuadirlos a través de sus propios intereses. El objetivo de esta observación es darle al lector un primer acercamiento del panorama televisivo local.

Breve nota metodológica

Los datos de este artículo se tomaron de diversos trabajos de Observatorio de medios I y II. Agradecemos a los estudiantes de dichas materias a contribuir con la información obtenida. Las bases de datos y las graficas se podrán consultar a partir de febrero en la página de *Quid: observatorio de medios* (www.observatoriogdl.com).

En el presente texto mostraremos las propiedades más importantes de la programación televisiva que se transmite de forma abierta en la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG). La observación se realizó del 15 al 19 de septiembre de 2008, en los horarios de 06:00 a las 23:59 horas.

¹ **Kitzia Curiel Sánchez.** 21 años, estudiante de la carrera Ciencias de la Comunicación en el ITESO, interesada: en investigación y análisis de competencias de aprendizaje en niños, la televisión y su influencia en el mercado infantil.

² **Fabiola López Álvarez.** Estudiante y próximamente graduada de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad ITESO. Perfeccionista de nacimiento, clara y franca de corazón, pero ñoña y “matadita” desde lo más profundo de su ser. Apasionada a más no poder de la lucha libre y a lo que investigación se refiere. Ágil y dedicada al pasar extensas bases de datos.

³ **Clarissa Torres Yamuni.** Es de Los Mochis, Sinaloa. Estudia Ciencias de la Comunicación en el ITESO, por lo que en agosto de 2004 se fue a vivir a la ciudad de Guadalajara. Jugó básquetbol en la preparatoria y 3 años de universidad. Le interesa el área de medios e investigación

Se registraron los siguientes canales de televisión abierta: Canal 2 (Televisión tapatía); Canal 4 (GDL tu estación); Canal 5 (Galavisión); Canal 7 (C7); Canal 9 (Canal de las Estrellas); Canal 11 (Azteca 7); Canal 13 (Azteca 13); y Canal 72 (Canal 5).

¿A quién va dirigida la televisión?

Entre la audiencia que ve televisión se encuentran personas de todas las edades, desde niños hasta adultos mayores. En nuestro estudio analizamos a qué tipo de audiencia están dirigidos los programas. De los 217 programas registrados, 186 son destinados a una audiencia general y los 31 restantes se dirigen a niños.

De todos los programas de la programación televisiva en la ZMG, solo 31 son para niños, de los cuales solo cuatro son de producción mexicana: “El chavo animado”, “Plaza Sésamo”, “Club C7” (de producción tapatía) y “Once niños” de Instituto Politécnico Nacional.

En general, podemos afirmar que la televisión abierta de la ZMG carece de programas educativos o formativos y se dedica a mantener entretenidos a los pequeños con una programación de poca diversidad, tanto de contenidos como de procedencias, con fórmulas refritas, garantía de éxito.

Tipos de transmisión

De acuerdo con los datos arrojados por el trabajo de campo, sabemos que la televisión tiene un porcentaje significativo de programas internacionales: 24 son dibujos animados, 16 son telenovelas, 15 son documentales y 14 series de drama.

Canal 5 es que cuenta con un mayor número de programas enlatados (aquellos pregrabados y retransmitidos), pues 36 de sus 42 programas son de este tipo, entre dibujos animados y series de ficción. Estados Unidos es el principal proveedor de sus insumos de entretenimiento.

Por otro lado, es importante notar que C7 es el canal que tiene mayor cantidad de programas; por su parte, Canal 5 también tiene una gran variedad de programas (48), sin embargo, 31 son enlatados, de los cuales 16 de ellos son documentales y el resto se dividen entre reportajes y espacios noticiosos.

Galavisión se dedica a la retransmisión de programas, que si bien son de la misma compañía (Televisa), de sus 19 programas, 16 son enlatados. Como caso opuesto tenemos a GDL Tu estación que de 30 programas, 21 son en vivo y 11 programas están dirigidos a entretenimiento: concursos y revistas musicales. Solamente diez de sus programas son de corte informativo.

Los Canales 2 (Televisión Tapatía) y Canal 4 (GDL tu Estación) utilizan la transmisión en vivo para el entretenimiento, con 11 y 19 programas respectivamente, con formatos de revista, concursos y musicales, con el mismo estilo de su productora (Televisa), llenos de publicidad y bajo contenido.

Televisión Azteca (Azteca 7 y Azteca 13) transmite 26 programas de entretenimiento y solo siete espacios informativos (dos y cinco respectivamente). Luego de observar estas cifras la pregunta es: ¿en qué se puede ir tanto tiempo aire en televisión? La respuesta es que la mayor parte de su tiempo lo utilizan o bien a repeticiones o bien a infomerciales.

En pocas palabras...

Probablemente la percepción de la audiencia hacia la televisión abierta es que no es muy buena, que hay poco contenido o que hay mucho por mejorar. Esta observación abona a esas percepciones y pone a la televisión en evidencia.

Con base en la investigación, podemos decir con que la programación de la televisión abierta va dirigida a público general o infantil. Lo que busca es abarcar un público muy amplio, pero existe una gran diversidad de audiencias a las que se les podría llegar de forma más cercana y producir programas con mayor contenido y calidad.

La producción es baja y gran parte de la programación la conforman programas repetidos o comprados a otras compañías. Lo que las televisoras sí producen son programas en vivo con la finalidad de entretener y en menor cantidad, programas de corte informativo. La producción de ficción es muy poca y es un género que se puede explotar mucho más.

El objetivo de la programación de la televisión abierta es entretener, informar y vender. Éste medio tiene un gran poder como para limitarlo a estos tres aspectos. Las áreas de educación y formación a través de

la televisión es un campo que no ha sido tan explorado por la televisión abierta y que valdría la pena probar.

Por otro lado, la producción local es muy escasa; algo dingo de reconocer es que C7 es el canal con mayor número de programas.

Este fue un primer acercamiento, un vistazo al panorama de la televisión abierta en la ZMG. Hace falta adentrarnos más en el tema para después hacer propuestas y observaciones, la televisión abierta es algo que nos concierne a todos y como consumidores deberíamos de exigir calidad. Para esto hay que criticar, sugerir y proponer. Entonce, ¿tenemos o no el control?

IV. Transparencia en el estado

Leyes de transparencia de segunda generación en México ¿hacia donde vamos?

José Bautista Farías¹

Hace un par de décadas el derecho a la información y la transparencia no figuraban como una prioridad en la agenda internacional: en los años ochenta sólo diez países contaban con leyes de acceso a la información. Actualmente, más de 60 países –entre ellos los más poblados del mundo: India, China, EUA e Indonesia- cuentan con regímenes de acceso a la información. Este dato por sí mismo nos habla de un giro importante en los temas de la agenda de los organismos internacionales a favor de la transparencia.

Sin embargo, los analistas y expertos internacionales también nos alertan acerca de que la transparencia y el derecho a la información no siempre avanzan progresivamente y de manera lineal, sino por el contrario, existen riesgos de involución en esta materia. De acuerdo a Mitchell Pearlman, Comisionado de Acceso a la Información de Connecticut (EU), existen en el mundo tres generaciones de regímenes que cuentan con leyes de acceso a la información:²

Una primera generación, provista de leyes que contienen los derechos básicos de acceso a registros de información en poder de las instituciones gubernamentales, con un alcance más bien limitado. Es una especie de piso mínimo que –en la práctica- no siempre garantiza el ejercicio de este derecho por parte del Estado ni contribuye a transparentar la gestión pública.

Una segunda generación, distinguida por facilitar el acceso a la mayoría de información pública gubernamental a través de órganos garantes que operan mecanismos de recursos de revisión a favor del solicitante. Estas leyes se caracterizan porque intentan superar las “fallas” y/o “vacíos” registrados en las leyes de la primera generación.

¹ Académico del ITESO, experto en temas de transparencia y rendición de cuentas. Correo: jbautista@iteso.mx.

² Ver Pearlman, Mitchell, “Experiencias de reformas en otros países a leyes de acceso a la información”, en México Transparente, boletín informativo, año 4, núm. 2, mar-may/2008. www.mexicotransparente.org.mx.

Una tercera generación, que alude a regímenes de acceso a la información más bien regresivos, en los que se retrocede en los estándares conseguidos en la segunda generación ante el temor de la clase política de exponerse a una mayor demanda ciudadana por la rendición de cuentas. Este tipo de leyes tienden a afectar aspectos nodales como: la autonomía de los órganos garantes, las facilidades de acceso a la información, el esquema de sanciones, entre otros.

El caso de México

En México, en diciembre de 1977, en el artículo sexto constitucional se incorporó que el derecho a la información será garantizado por el Estado, sin embargo, el legislador no contempló a los ciudadanos como sujetos de este derecho, sino a los partidos políticos (Solana, L. Javier, 2003). Veinticinco años después, se crea la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, que da lugar al IFAI como órgano garante. No pasa inadvertido el hecho de que esta ley se da en el marco de la alternancia política a nivel federal, donde se registra mayor competencia y pluralidad política; independencia de los medios de comunicación y un incremento en la participación ciudadana en los asuntos de interés público.

A pesar del escaso compromiso que mostró el gobierno mexicano -en el pasado- con la democracia y la rendición de cuentas, a nivel internacional México es visto como ejemplo a seguir en materia de transparencia por tres razones: como país -a nivel de su gobierno- ha manifestado un compromiso con los principios de la transparencia y existen grupos de la sociedad civil activos en este campo; cuenta con un órgano garante (el IFAI) que ha mostrado profesionalismo en su actuación (no obstante las críticas hacia la forma de elección de sus titulares); y ostenta un marco normativo que facilita el acceso a la información a través de medios electrónicos, que lo distinguen de otros países.³

Esta buena impresión del caso mexicano se ha visto fortalecida con la reforma al sexto constitucional (20/07/07) en el que se plantean principios básicos que deben observar las entidades de la federación en sus leyes de acceso a la información.

³ Ver Alasdair Roberts, "Lecciones de la experiencia internacional, ¿hacia donde avanzar?", en México Transparente, op. Cit.

La reforma al sexto constitucional, ¿piso o techo?

La gran heterogeneidad de concepciones y alcances de los marcos normativos de transparencia y acceso a la información en nuestro país (en algunos casos claramente restrictivos), llevaron al Congreso de la Unión a reformar el segundo párrafo de la fracción VII del artículo sexto constitucional con el fin de “establecer criterios mínimos (principios y bases), obligatorios y generalizables a todas las leyes de transparencia que se emitan en el territorio mexicano”,⁴ entre otros. La reforma contempla los siguientes principios:

- El principio de máxima publicidad: toda información en posesión de cualquier autoridad, entidad, órgano y organismos federal, estatal y municipal es pública.
- La información de la vida privada y datos personales será protegida.
- Toda persona, sin acreditar interés alguno o justificar su utilización, tendrá acceso gratuito a la información pública y a sus datos personales.
- Los mecanismos de acceso a la información y los procedimientos de revisión serán expeditos y se sustanciarán ante órganos especializados e imparciales, con autonomía operativa, de gestión y de decisión.
- Los sujetos obligados deberán preservar sus documentos en archivos administrativos y publicarlos a través de medios electrónicos, incluyendo indicadores de gestión y el ejercicio de los recursos públicos.
- Las leyes determinarán la manera en que los sujetos obligados deberán hacer pública la información sobre recursos públicos.
- La inobservancia será sancionada en los términos que dispongan las leyes.

Para algunos estos principios, sin duda constituyen un avance importante, ya que intenta reducir las posibilidades de desviaciones y abusos en aspectos básicos de la transparencia. Otros consideran que debió incluirse a los partidos políticos y sindicatos como sujetos obligados, así como establecer la autonomía constitucional de los órganos garantes, entre otros temas.

⁴ Ver: Dictamen de Reforma al Artículo Sexto Constitucional, de la LX Legislatura del Senado de la República, 19/ abr/2007, p. 4.

Expertos en la materia han advertido acerca de que las legislaturas estatales, bajo pretexto de ajustarse a lo establecido en la citada reforma constitucional, podrían retroceder en puntos que se consideran de avanzada, por ejemplo: en varias leyes de acceso a la información se contempla a los partidos como sujetos obligados, situación que se omite en la reforma aludida. Otro ejemplo -igual o más trascendente- es que en el transitorio tercero del sexto constitucional excluye a los municipios, con población inferior a 70 mil habitantes, de la obligación de contar con sistemas electrónicos para solicitar y acceder a información pública gubernamental, situación que deja en desventaja a los habitantes de los municipios pequeños con respecto a su derecho a la información.

Con base en lo anterior, una hipótesis que surge es que en lugar de considerar estos principios como un piso básico, lo más probable es que los congresos estatales –en su mayoría- lo consideren como techo, en detrimento de lo que esto puede representar para el ciudadano el ejercicio de este derecho.

Congresos locales frente a la reforma al sexto constitucional

El 21 de julio de 2008 venció el plazo para que las legislaturas estatales hicieran los ajustes a sus respectivos marcos jurídicos. ¿Cuántos congresos cumplieron con este mandato y cuántos a la fecha no han cumplido? ¿Qué balance se tiene de las leyes reformadas previo a la entrada en vigor de la reforma constitucional?

El 22 de julio de este año los organismos Artículo 19, Fundar, CIMTRA y Alianza Cívica hicieron público que solamente las entidades de Baja California Sur, Chiapas, Coahuila, Colima, Durango, Nayarit, Oaxaca, Quintana Roo, San Luis Potosí, Tabasco, Veracruz, Puebla, el Distrito Federal y Zacatecas habían cumplido con el plazo fijado en la Constitución para reformar sus respectivos marcos normativos de acceso a la información conforme a lo acordado; en consecuencia 17 entidades incumplieron con esta exigencia. En dicho comunicado se alertó, además, que en contra de lo establecido en la Constitución, “existe evidencia de una creciente tendencia para despojar de sus facultades a los institutos de transparencia y acceso a la información. Los casos ilustrativos son Querétaro y Jalisco”. En el primer caso se reformó la Constitución local para fusionar al Consejo Estatal de Información Gubernamental (CEIG) con la Comisión Estatal de Derechos Humanos de Querétaro (CEDHQ) atentando contra el principio

de especialización de los órganos garantes establecido en el artículo sexto constitucional. En el caso de Jalisco, la actual legislatura (al igual que la anterior) ha intentado infructuosamente en dos ocasiones de afectar la autonomía del ITEI, con respecto a sus resoluciones, pretendiendo otorgar esta facultad al Tribunal Administrativo del Estado.⁵

De acuerdo con Leticia Ramírez (2007) previo a la aprobación de la reforma al sexto constitucional (20/07/07), 16 congresos locales (50%) habían reformado sus leyes de acceso a la información con el fin de “adecuarla” a los nuevos tiempos y/o cubrir vacíos normativos⁶. En la mayoría de los casos los cambios favorecieron la inclusión de sujetos obligados así como de obligaciones de información básica y facilidades de acceso, principalmente. Los cambios en el órgano garante (autonomía constitucional y esquema de sanciones) fueron los menos.

Con este antecedente, es predecible que la mayoría de los estados registren cambios menores a sus marcos normativos derivados del ajuste que los obliga la reforma al sexto constitucional. No se descarta que en la mente de los diputados y gobernantes se acaricie la idea de retroceder en este derecho (en los términos que Pearlman plantea en las leyes de tercera generación). Querétaro y Jalisco, nos advierten de esa posibilidad. En todo caso dependerá de la respuesta de sectores de la sociedad civil en la defensa y ejercicio de ese derecho. Ya veremos si las instituciones encargadas de vigilar el estado de derecho democrático están a la altura de los nuevos tiempos. Por lo pronto, la resolución de inconstitucionalidad de la Suprema Corte de Justicia en torno al caso de Querétaro (con lo cual se invalida la intención de fusionar a la CEIG con la CEDHQ) proporciona al menos la esperanza de que no será una tarea fácil para los amantes de la opacidad.

⁵ En enero y mayo del presente, trascendió a la opinión pública que la Comisión de Participación Ciudadana de la LVIII, presidida por la Diputada Norma Angélica Aguirre Varela, había elaborado dos dictámenes de reforma a la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental donde se plantea esta situación.

⁶ Las entidades que reformaron las LAI previo a la reforma constitucional son: Aguascalientes, Coahuila, Colima, Distrito Federal, Durango, Chiapas, Guanajuato, Jalisco, México, Morelos, Nuevo León, Querétaro, Sonora, Tamaulipas, Tlaxcala y Veracruz.

Bibliografía

Escobedo, Juan Francisco (coord.), “Comunicación y transparencia de los poderes del Estado”, U. Iberoamericana, Konrad Adenauer, FIDAC, Fundación Buen Día, El Universal, México, 2003.

Guerrero, Eduardo y RAMÍREZ, Leticia; “La transparencia en México en el ámbito subnacional: una evaluación comparada de leyes estatales”, en Democracia, Transparencia y Constitución. Propuestas para un debate necesario, López-Ayllón, Sergio (coord.), UNAM, IFAI, México, 2006.

México transparente, boletín informativo año 4, núm. 2, mar-may/2008.
www.mexicotransparente.org.mx

V. Sociedad civil y Derecho a la Información

AMEDI Jalisco: una lucha constante por los derechos democráticos y la participación ciudadana

Por Diego Picón

Evidentes ejemplos de la inequidad en los medios mexicanos se han atestiguado en 2008. Año que presenta una confluencia de coyunturas mediáticas que concierne a legisladores, empresas mediáticas y a la sociedad en general. Entre algunas podemos mencionar:

- Las consecuencias de la *Reforma Electoral* de 2007 para la libertad de expresión ciudadana en medios de comunicación, al prohibirse la compra de tiempo aire para propaganda a personas físicas.
- La ‘no renovación’ del contrato de la exdirectora editorial y conductora del noticiero “Hoy por Hoy” en *W-Radio*, Carmen Aristegui, a causa de una “incompatibilidad editorial”.
- La permanencia del caso de la “Ley Televisa” en 2006, cuyos contenidos pretendían beneficiar las prácticas duopólicas de las empresas informativas más grandes del país, y dificultaban la posibilidad de creación de nuevos conceptos informativos.
- La reciente situación de Amplitud Modulada, Frecuencia Modulada y la Radio Digital, donde, por orden federal, se pretende enviar los contenidos de AM a la Frecuencia Modulada. La producción de ésta última formará parte del nuevo sistema de Radio Digital.

Todas estas coyunturas son detonantes para empresas tales como la Asociación Mexicana del Derecho a la Información (Amedi), asociación civil cuya prioridad es establecer un diálogo con los poderes institucionales, para lograr la reforma de la producción y consumo de medios en México, y así conseguir, por la vía de la legalidad, mejorar los contenidos y diversificar los medios en el país, con miras a la defensa de los principios democráticos de derecho a la información y libertad de expresión. Uno de los pasos para lograrlo fue elaborar una propuesta de ley que se presentó al Congreso en 2007, la cual pretendía proveer herramientas congruentes para manejar, de manera más justa, la situación actual de producción y consumo de medios en México. Para la Amedi, construir una Sociedad de la Información capaz

de tomar decisiones responsables depende de la calidad y pluralidad de los contenidos mediáticos que a ésta se le ofrezcan.

Algunos apartados de la propuesta presentada al poder legislativo para la reforma de las leyes de radio y televisión son:

- Derechos de los ciudadanos.
- Servicio Público.
- Espectro Radioeléctrico, propiedad de la nación.
- Aprovechamiento de la convergencia digital.
- Legislación congruente con la brecha digital.
- Un órgano regulador.
- Diversidad.
- Libertad, pluralidad y responsabilidad.
- Derecho a réplica.
- Integridad de los contenidos, no censura.
- Defensa de intereses nacionales.

Desde 2007 existe en Jalisco un capítulo de esta organización ciudadana. La Amedi Jalisco organiza reuniones mensuales donde se debaten temas concernientes a la defensa del derecho a la información y libertad de expresión, particularmente en el estado. Este organismo está conformado mayoritariamente por académicos y profesionales de la información.

Dadas las circunstancias en torno a las leyes de telecomunicaciones en México, es pertinente para *Quid* hacer una reflexión en cuanto a los hechos concretos que nos trajeron a tal situación. Para contextualizar el caso, la presidenta de Amedi Jalisco, Cristina Romo, nos proporcionó una breve entrevista referente al trabajo que lleva a cabo en dicha organización.

Diego Picón (DP): ¿Cuáles fueron los sucesos que provocaron la necesidad de crear un capítulo de la Amedi en Jalisco?

Cristina Romo (CR): Primeramente, la existencia de la Amedi nacional, que existe desde 2000 si mal no recuerdo. Surgió como una inquietud de académicos enfocados a la comunicación, personas incorporadas a las labores legislativas y algunos profesionales de la comunicación. Surgió no ante la situación de la Ley de Radio y Televisión y las circunstancias de ésta, sino de lo que significaba el derecho ciudadano a saber y a conocer. Se dio

en un momento en el que estaba de “moda”, o se estaba viendo la necesidad de que la información pública tenía que ser abierta y a disposición de los ciudadanos. Es decir, tenía que ser transparente. Entonces se consolida a finales de siglo una organización incipiente, trabajando, y con auspicios para otros foros. A raíz de la aprobación de la “Ley Televisa”, o de las reformas a la Ley de Radio y Televisión de los sesenta que ocurrieron en 2006, el tema se diseminó, es decir, muchas más personas comenzaron a preocuparse por el tema de la radio y la televisión, convencidos y concientes de que no es deseable, de ninguna manera, que solamente los bolsillos de dos personas se favorezcan y tengan el dominio de la radio y la televisión en México. El que más personas de las que estábamos ya interesadas en el tema de una nueva legislación para la radio y la televisión, una auténtica democratización de los medios, una verdadera posibilidad de que otras personas, otros organismos, pudieran acceder a las frecuencias, fue un buen detonante. A partir de ese momento la Amedi nacional tuvo un impulso mayor, académicos, intelectuales, investigadores, y personas públicas de prestigio se incorporaron a la asociación.

Nosotros hacía buenos años que estábamos con el pendiente de organizar la Amedi en Jalisco. Habíamos ya puesto el tema en discusión para organizarlo y finalmente fue el año pasado cuando dijimos: Basta, es momento de hacerlo, la Amedi nacional está teniendo una presencia fuerte, está llevando a cabo acciones con las cuales estamos de acuerdo y queremos colaborar con ellos. Vimos que había un grupo de académicos interesados dentro ITESO, UdeG, periodistas y nos pusimos a trabajar. Eso fue el 5 de marzo. Es necesario en Jalisco, porque, además de que veíamos el tema de la legislación de los medios de comunicación en el país, veíamos que en Guadalajara estaban sucediendo cosas, por ejemplo: Un donativo, un regalo, por parte del gobierno a *Televisa*, Como si *Televisa* no tuviera dinero... todavía el gobierno del estado regala nuestros recursos para que unos niños bonitos vinieran a una cosa que se llama Espacio y que sabrá Dios para qué sirva. También veíamos que los organismos de participación ciudadana estaban siendo afectados por las acciones, o las no acciones, de los legisladores.

Además observamos que la transparencia en Jalisco estaba en riesgo. ¿Y por qué estaba en riesgo? Porque, a pesar de tener una de las mejores leyes de transparencia que hay en el país, existía la amenaza de que esta ley fuera modificada para quitar algunas bondades de la misma; el

ITEI estaba siendo, de algún modo, acosado por los funcionarios, o por los sujetos obligados, que no querían cumplir con la función; en la iniciativa de renovación al ITEI había indicios de que se iba a hacer al gusto y beneficio de partidos y funcionarios. Cosa que ocurrió.

DP: ¿Qué se tomó en cuenta para reunir a los miembros de la Amedi?

CR: Que tuvieran interés en el tema; que tuvieran una convicción real de que los ciudadanos debemos luchar y trabajar en pos de determinadas cosas: la democratización de los medios, la auténtica posibilidad de conocer y saber lo que ocurre en los órganos de gobierno y que la información esté disponible y abierta para los ciudadanos. Es decir, primero que hubiera esa convicción, de que la democratización de los medios y de la práctica de la comunicación tiene que ser real. Después, que tuvieran conocimiento del tema, que tuvieran interés, incluso que se hubieran manifestado en torno al tema o que estuvieran trabajando él. Déjame decirte que fue muy sorprendente la actitud de las personas que asistimos a la primera reunión, desde el principio dijimos “sí tenemos que actuar, y tenemos que hacerlo de inmediato”.

DP: ¿Por qué decidiste participar en la Amedi?

CR: Porque yo participo en la Amedi desde que se fundó en México, y porque tengo estas inquietudes desde hace muchos años. Es decir, desde mi práctica como docente de radio, lo que enseñaba desde hace 39 años, y en mi práctica profesional en la Oficina Nacional de Radio del Centro Nacional de Comunicación Social, tenía la preocupación de las carencias en la ley de radio y televisión (aunque la del 60 no me parecía tan mala), por ejemplo: en ningún momento dice la ley del 60 cuáles son los objetivos de la radio y la televisión y cuales son sus funciones. Desde entonces me pareció que tenía carencias muy claras; además tenía una redacción muy voluntarista, por ejemplo: el artículo 5 (del que siempre presumen) dice “la radio y la televisión procuraran...” hacer todas las cosas maravillosas, pero dice “procurarán”, no dice “están obligadas a”, o “harán”, o “deberán hacer”, etc., y a mí eso me molesta profundamente. Desde entonces me dije: en toda oportunidad que tenga para decir que la ley de radio y televisión no es adecuada, y que le hace falta por lo menos los objetivos de los medios, voy a trabajar en ello. Entonces en los setenta que surgen las inquietudes respecto al derecho a la información. Y entendiendo que el derecho a la información no es nada más lo que se refiere a la información pública sino que implica el que los mexicanos estamos ampliamente informados,

profundamente informados, pluralmente informados, completamente informados, me parece que los medios tienen una obligación y una responsabilidad tremenda que no se está tomando en cuenta. Digamos que siempre ha sido mi tema.

DP: Amedi nacional tiene como fundamento apelar por la libertad de expresión y el derecho a la información del ciudadano común, a partir de la legislación. En el capítulo Jalisco, ¿cuáles son las pautas y métodos a seguir para lograr estos objetivos?

CR: Estamos en la elaboración de los puntos. Pero no basta la legislación, sabemos que las leyes pueden atender los temas, pero nunca son suficientes, si no hay voluntad política de ciudadanos, de gobernantes y de implicados las leyes no sirven para nada. Es decir, dan la pauta pero si no se cumplen, si no pueden ser reformadas para beneficio de la sociedad, son inútiles. Yo estoy convencida que las reglas del juego, es decir, la ley nos da la pauta, pero no basta la ley. También la convicción, el trabajo, la responsabilidad, la costumbre, el modo de utilizar las cosas tiene que ver.

DP: Los medios de comunicación que consume la ciudadanía son grupos cerrados de poder que proveen una perspectiva de la realidad social. En este contexto, ¿qué puede realmente hacer el ciudadano común para hacer valer sus derechos constitucionales de información y expresión? Frente a un poder hegemónico que controla el flujo informativo e influye en los poderes que regulan el acontecer social, llámesele instituciones.

CR: Por un lado hay que hacer una reforma legislativa que obligue a los medios establecidos a modificar sus formas de trabajo, de producción, de contenidos; y no vamos a lograr gran cosa, ellos van a seguir haciendo lo que les de la gana y lo que conviene a sus finanzas.

Tenemos que luchar por que el aire, que es de todos, no sea para el uso exclusivo de unos cuantos. Es tan grande el aire como el cielo que podemos ver, por lo tanto podría también ser utilizado por otros. Los ciudadanos debemos luchar por que las frecuencias de radio y televisión, y el uso de las tecnologías no sea nada más de dos personas o de unos cuantos grupitos, sino por que pueda haber una radio pública, no en el sentido de la radio gubernamental o manejada por el gobierno, sino una radio donde pudieran tener cabida los ciudadanos, la sociedad organizada. No me refiero a los cien millones de mexicanos, aparte no a todos les interesa,

pero sí hay una buena cantidad de grupos en la sociedad que necesitan, que requieren, que les urge tener frecuencias de radio, de televisión y de otros medios para comunicarse, para establecer sentido y significado con otros. Entonces lo que tenemos que buscar es la manera en que la legislación facilite los procedimientos para que los grupos organizados de la sociedad puedan tener frecuencias.

Por otro lado, debemos organizarnos como receptores de los medios, a través de observatorios, como ciudadanos que nos quejemos de las cosas, ciudadanos que decidamos en un momento dado no ver la televisora tal, o no escuchar a la emisora tal hasta que no ocurra tal cosa. No sé si lo logremos o no sé si podemos, pero lo primero es tomar conciencia.

A la gente no le interesa porque no le hemos sabido comunicar que debería de interesarles, la televisión entra a lo más íntimo de nuestras casas, las tenemos en nuestras habitaciones, en nuestras camas prácticamente. Niños, viejitos, todos estamos viendo lo mismo, recibiendo lo mismo. La televisión llega a las poblaciones más pobres, desde “el cerro de no sé cuánto” hasta la casa más rica, y están viendo la vida maravillosa de “Nurka...” por favor, digo qué tiene que ver, ¿son realmente las necesidades de la gente? No, pero no estamos trabajando en la formación de las audiencias, y creo que tenemos que hacerlo. Es decir, ni siquiera los estudiantes de comunicación son audiencias críticas, no son oyentes o lectores, lectores de periódicos no son, pero mucho menos consientes.

DP: ¿Por qué debería el jalisciense común interesarse por un organismo como la Amedi?

CR: No sé si tenga que interesarse por un organismo como la Amedi, no es esa la intención. Más bien debería recibir los beneficios de que la Amedi exista, en las labores de capacitación y concientización, hacerse un oyente o televidente más interesado y consiente. No creo que la Amedi tenga que ser un organismo que reúna a la población. Creo que debe reunir a aquellos que pueden trabajar a favor de esa democratización y la defensa de los derechos de información y expresión. Las causas ciudadanas son muchas: el señor del cerro necesita mejores condiciones de trabajo, mejores créditos para trabajar el campo, mejores precios para la venta de sus productos; esa es su causa. Entonces deberíamos estar, todas las organizaciones ciudadanas, de algún modo aliadas para que, con el tema de cada uno, los demás podamos estar poniendo lo que nos corresponde desde nuestros

temas y nuestras causas en beneficio de los otros. Lo que importa es la articulación entre organismos ciudadanos para que, unos a otros, nos ayudemos y colaboremos en la causa de cada uno, ahí está la clave.

Si todos los ciudadanos lográramos estar en alguna organización ya sería ganancia. Uno o dos por ciento de los mexicanos participamos en alguna organización ciudadana, cuando en Alemania o en otros países, cada ciudadano participa por lo menos en 20. Entonces si un ciudadano participa siquiera en la asociación de colonos de su comunidad, asiste a la organización de su parroquia, forma parte de la asociación de padres de familia de la escuela de sus hijos o participa en la asociación de ciclistas de la ciudad para que haya menos coches y contaminación, podríamos exigir a los gobernantes que sean los encargados de cumplir determinadas cosas, eso es lo que tenemos que lograr.

Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco
se terminó de imprimir en noviembre de 2008,
en los talleres de *Quid: observatorio de medios*, ubicados en
Periférico Sur, Manuel Gómez Morín 8585. Tlaquepaque, Jalisco,
México. El tiraje fue de 30 ejemplares.

