



# ITESO

ANÁLISIS CRÍTICO DE MEDIOS  
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOCULTURALES

# **MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DERECHO A LA INFORMACIÓN EN JALISCO, 2014**

MAGDALENA SOFÍA PALÁU CARDONA  
COORDINADORA



**ITESO**  
Universidad Jesuita  
de Guadalajara

**MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN  
Y DERECHO A LA  
INFORMACIÓN  
EN JALISCO,  
2014**





ANÁLISIS CRÍTICO DE MEDIOS  
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOCULTURALES

# **MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DERECHO A LA INFORMACIÓN EN JALISCO, 2014**

MAGDALENA SOFÍA PALÁU CARDONA  
COORDINADORA



**ITESO**  
Universidad Jesuita  
de Guadalajara

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Biblioteca Dr. Jorge Villalobos Padilla, SJ

Q ITESO, Análisis Crítico de Medios

---

[Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco]

Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2014 / Coord.  
de M.M.S. Paláu Cardona ; presen. de J.M.A. Narro Monroy.-- Guadalajara, México :  
ITESO, 2015.

205 p.

ISBN 978-607-9361-76-1

ISBN de la colección 978-607-7808-95-4

1. Periodistas - Jalisco - Condiciones Laborales. 2. Periodistas - México - Condiciones Laborales. 3. Cambio Climático. 4. Medio Ambiente. 5. Columna Periodística - Jalisco. 6. Columna Periodística - México. 7. Sistemas Públicos de Comunicación - Jalisco. 8. Sistemas Públicos de Comunicación - México. 9. Libertad de Expresión - Jalisco - Tema Principal. 10. Libertad de Expresión - México. 11. Derecho a la Información - Jalisco - Tema Principal. 12. Derecho a la Información - México. 13. Comunicación y Derecho - Jalisco. 14. Comunicación y Derecho - México. 15. Comunicación y Religión - Jalisco. 16. Comunicación y Religión - México. 17. Comunicación y Política - Jalisco - Tema Principal. 18. Comunicación y Política - México. 19. Medios de Comunicación - Jalisco - Historia - 2012-2018 - Tema Principal. 20. Medios de Comunicación - México - Historia - 2012-2018. 21. Comunicación Masiva - Jalisco - Historia - 2012-2018. 22. Comunicación Masiva - México - Historia - 2012-2018. 23. Política - Jalisco - Historia - 2012-2018. 24. Política - México - Historia - 2012-2018. 25. Sociología de la Comunicación. 26. Rosales López, Rodolfo. I. Paláu Cardona, María Magdalena Sofía (coord.) II. Narro Monroy, Jorge Manuel Alejandro (presen.) III. t.

---

[LC]

302. 23097235 [Dewey]

---

COORDINACIÓN GENERAL

María Magdalena Sofía Paláu Cardona

Diseño original: Danilo Design

Diseño de portada: Ricardo Romo

Diagramación: Amanda González Moreno

1a. edición, Guadalajara, 2015

DR © Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)

Periférico Sur Manuel Gómez Morín 8585, Col. ITESO

Tlaquepaque, Jalisco, México, CP 45604

www.publicaciones.iteso.mx

ISBN 978-607-9361-76-1

ISBN de la colección 978-607-7808-95-4

Impreso y hecho en México

*Printed and made in Mexico*

# ***Índice***

PRESENTACIÓN / Jorge A. Narro Monroy	<b>9</b>
--------------------------------------	----------

## **I. EL SISTEMA DE COMUNICACIÓN DE GUADALAJARA**

TRASFORMACIÓN DEL SISTEMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN 2014 / Julio González	<b>17</b>
---------------------------------------------------------------------------------	-----------

NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LÍNEA DE LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA / Rosalía Orozco Murillo, con la colaboración de Fidel A. Romero Álvarez	<b>35</b>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

PERIODISMO RELIGIOSO EN JALISCO / Felipe Díaz y Enrique Gudiño	<b>67</b>
-------------------------------------------------------------------	-----------

LA INSTITUCIONALIDAD PUEDE ESPERAR: EL SISTEMA JALISCIENSE DE RADIO Y TELEVISIÓN, ENTRE EL OFICIALISMO Y LA IMPROVISACIÓN / José Bernardo Masini Aguilera	<b>83</b>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

CRÍTICA AL SISTEMA LEGAL DE RADIODIFUSIÓN Y TELECOMUNICACIONES DESDE UNA PERSPECTIVA LOCAL / Juan S. Larrosa-Fuentes	<b>101</b>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------

## **II. LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN JALISCO**

INSEGURIDAD LABORAL, UNA CONSTANTE EN MEDIOS  
DE COMUNICACIÓN DE GUADALAJARA /  
Perla Araceli Blas Alvarado **123**

LA TRISTE HISTORIA DE LOS INFORMANTES DESINFORMADOS (O EL  
CUARTO DE GUERRA QUE HACÍA TODO MAL) /  
Vanesa Robles **139**

DE LOS MEDIOS A LOS LIBROS: LOS PERIODISTAS ESCRITORES /  
Marcela Gutiérrez Blanco **149**

## **III. DERECHO A LA INFORMACIÓN EN JALISCO**

MUCHA ADMINISTRACIÓN, DOSIFICADA TRASPARENCIA /  
Pedro Mellado **157**

## **IV. Los QUE SE FUERON**

“RUDY”, 61 AÑOS DE FOTOPERIODISTA / Octavio Covarrubias y  
Elisabeth Ramírez **175**

## **V. LA INVESTIGACIÓN DEL OBSERVATORIO DE MEDIOS**

COBERTURA EN TEMAS DE MEDIO AMBIENTE Y CAMBIO  
CLIMÁTICO EN EL PERIÓDICO *EL INFORMADOR* /  
Alejandra Topete Jiménez **181**

ACERCA DE LOS AUTORES	<b>193</b>
CONSEJO EDITORIAL	<b>199</b>
Q ITESO: ANÁLISIS CRÍTICO DE MEDIOS. MISIÓN Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS	<b>203</b>





## ***Presentación***

JORGE A. NARRO MONROY

Once artículos conforman el volumen, correspondiente al año 2014, de Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco. Séptimo de la serie, recoge hechos y reflexiones en un año decisivo: el de la aprobación, por el Congreso de la Unión, de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, esa que reglamenta —y traiciona— las modificaciones que en la materia se hicieron a la Constitución General de la República en mayo de 2013. Ninguno de los trabajos recogidos en Medios de comunicación se refiere al hecho, pero todos son necesarios para entender —en la escala local— ese fenómeno que concentra y otorga un poder tan enorme como disputado.

Organizado en cinco secciones, la primera y más amplia se refiere al sistema de comunicación de Guadalajara.

La abre el texto de Julio González “Trasformación del sistema de medios de comunicación 2014”, un trabajo que da rápidamente cuenta de las novedades más destacadas en el ámbito de los medios en la zona metropolitana de Guadalajara: desde las alianzas de *Milenio* con el diario británico *Financial Times* y con el español *El Mundo*, hasta la insólita protesta —ocurrida durante el Encuentro Internacional de Periodistas de la Feria Internacional de Guadalajara— de un grupo de 70 periodistas de la entidad, pasando —entre otros asuntos— por los cambios registrados en Radio Universidad de Guadalajara justo en el año de su 40 aniversario.

Rosalía Orozco, con la colaboración de Fidel Romero, escribe el segundo artículo: “Nuevos medios de comunicación en línea en la zona metropolitana de Guadalajara”. Su propósito: ofrecer un “informe descriptivo sobre las características generales que tienen los medios de comunicación periodística en línea que no están asociados a los sistemas de medios tradicionales y que han producido información de manera regular durante los últimos tres años en la zona metropolitana de Guadalajara”. *Artículo 7, Axópolis, Conciencia Pública, El Lado Bueno, El Respetable, Periodismo Transversal, Proyecto Diez, Radio Centinela y Verde Bandera* son los medios de los que da cuenta este trabajo.

El de Felipe Díaz y Enrique Gudiño se llama “Periodismo religioso en Jalisco” y, un poco al modo del anterior, ofrece una “ficha descriptiva” de dos medios escritos (*El Semanario* y *El Puente*), una radiodifusora (Radio María) y una televisora (María Visión), todos ellos católicos aunque solo uno (*El Semanario*) formalmente vinculado a la Arquidiócesis de Guadalajara.

El cuarto trabajo lleva como título “La institucionalidad puede esperar: el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión entre el oficialismo y la improvisación”, y en él su autor, José Bernardo Masini Aguilera, registra lo ocurrido con las dos figuras mediante las cuales el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRT o, simplemente, C7) “intentó armonizarse”, luego de su transformación en organismo público descentralizado, “con la reforma federal en materia de telecomunicaciones”: el Consejo Consultivo y el Defensor de las Audiencias. El Consejo sesionó dos veces. El primer Defensor renunció. Y en el informe anual correspondiente a 2013, el observatorio QITESO: Análisis Crítico

de Medios, publicó un artículo cuyo título dice todo: “C7: ¿medio público o vocero del Gobierno?”

En el último texto, Juan S. Larrosa-Fuentes se hace dos preguntas a propósito de la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión: ¿qué sistema de comunicación se construyó y se construirá a través de ella? y ¿qué equilibrios de poder propone y cómo pueden ser evaluados desde una perspectiva local? Larrosa identifica que, en materia de control y propiedad, la Ley fija límites a la concentración económica, abre a la inversión extranjera y diferencia formas de propiedad; en lo que se refiere a la concentración política, quita atribuciones a la Presidencia de la República y las trasfiere al Instituto Federal de Telecomunicaciones, y en lo que toca a los derechos ciudadanos, tanto la Ley como —antes— las reformas constitucionales añaden otros. ¿Todo es positivo? No. El académico hace una aguda crítica a la Ley desde la perspectiva de su segunda pregunta, la relativa a lo local: ¿desde qué territorios se controla la producción y circulación de los mensajes? ¿Los estados, ciudades y pueblos que no son [...] la ciudad de México ganaron autonomía comunicativa? Larrosa concluye diciendo que “la nueva ley funciona como una *actualización* de las reglas del sistema comunicativo creado en 1960”.

La segunda sección de este libro, dedicada a la libertad de expresión en Jalisco, está integrada por tres artículos.

“Inseguridad laboral, una constante en medios de comunicación de Guadalajara”, escrito por Perla Blas, despliega un escenario en donde la única certeza es la inseguridad: *La Crónica de Hoy Jalisco*: “los contratos definitivos y las prestaciones [que] nunca llegaron”; *Reporte Índigo*: “en [...] tres años el proyecto [decaió] hasta llegar al [masivo]

recorte de personal y a quedarse sin oficina”; MVS Jalisco: el titular del noticiario matutino “despedido [...] por presiones políticas”; Tega TV, señal regional de *Telecable de Zapopan*, desaparece —sin aviso previo— luego de la venta de la empresa a *Televisa*. “En 2014 hubo menos prestaciones que una década atrás”, sostiene la autora citando un informe del Centro de Reflexión y Acción Laboral (Cereal).

De la pluma de Vanesa Robles sale el siguiente texto: “La triste historia de los informantes desinformados (o el Cuarto de Guerra que hacía todo mal)”. De sabrosa lectura —quizás para digerir lo sórdido que relata— esta historia recoge información —buena parte de la cual fue publicada por la edición local de la revista *Proceso*— sobre el tan gangsteril como despistado *war room* del gobierno estatal. Pero también sobre el despido de MVS Jalisco de Alberto Osorio... casualmente coautor del reportaje sobre el “cuarto” y sobre el gasto de más de 300 millones de pesos, por parte de la administración encabezada por el gobernador Aristóteles Sandoval, para aceitar su relación con muchos de los medios de comunicación de la entidad.

El último artículo, “De los medios a los libros: los periodistas escritores”, tiene como autora a Marcela Gutiérrez Blanco. Se trata de una reflexión, que hace referencia a periodistas locales —Diego Petersen, Juan Carlos Núñez, Alfredo Sánchez, Enrique Blanc y Julio Ríos—, en torno al “oficio periodístico que se compromete con [...] rigurosa lealtad [...] con la veracidad y la ética”, pero que “se topa con barreras que limitan su inspiración”.

La tercera sección se llama “Derecho a la información en Jalisco”. Al igual que las siguientes, contiene un solo artículo; en este caso: “Mucha administración, dosificada

transparencia”, del periodista Pedro Mellado. Se refiere al Instituto de Transparencia e Información Pública de Jalisco (ITEI), presidido desde junio de 2013 por Cynthia Patricia Cantero Pacheco. El organismo, dice Mellado y ofrece pruebas, “tiene ahora un rostro más amable y una actividad frenética de supervisión básica, elemental, sobre el cumplimiento de los sujetos obligados”, pero su presidenta “ha preferido mantener la institucionalidad frente a los poderes del Estado [...] siendo laxa en la aplicación de sanciones a los sujetos [...] incumplidos o rebeldes” y el ITEI no ha mostrado interés para “vincularse y apoyarse en organizaciones de la sociedad civil” que “con muchas dificultades y sobrada esperanza, han tratado de ampliar los espacios de la fiscalización, la transparencia y la rendición de cuentas”.

“Rudy’, 61 años de fotoperiodista”, es el trabajo redactado por Octavio Covarrubias y Elisabeth Ramírez y que da cuerpo a la cuarta sección de esta entrega de Q ITESO: Análisis Crítico de Medios. La cuarta sección que lleva como título “Los que se fueron”. “Rudy” era Rodolfo Rosales López, fotoperiodista tapatío que trabajó durante más de sesenta años en el diario *El Informador* y “que retrató a personajes como Walt Disney, el actor Gregory Peck o a Juan Rulfo”. Murió el 17 de junio de 2014.

El último artículo, de la última sección, “La investigación del observatorio de medios”, se llama “Cobertura en temas de medio ambiente y cambio climático en el periódico *El Informador*” y fue escrito por Alejandra Topete Jiménez. Se trata del fruto de una investigación, propuesta por el Observatorio Veracruzano de Medios, “sobre la cobertura de distintos periódicos locales a temas de medio

ambiente y cambio climático”. El observatorio Q ITESO: Análisis Crítico de Medios, se sumó a la iniciativa y Topete da cuenta de sus resultados.

Lo que sabemos del mundo —repetiré una verdad de Perogrullo— lo sabemos por los medios de comunicación. Los de siempre y los nuevos. Cambio climático, campañas políticas, condición en que se encuentra la economía. En el mundo, en México, en Jalisco, en la zona metropolitana de Guadalajara. De ellos depende que nuestro derecho a la información sea realidad, se satisfaga. Por ello y para ello son (los electrónicos y desde la reforma del año pasado en materia de telecomunicaciones y radiodifusión) prestadores de “servicios públicos de interés general”. De la prensa escrita yo creo que habría que decir lo mismo...

Pues bien, ¿es factible que el derecho de los jaliscienses a ser informados —se entiende que con veracidad y oportunidad— se respete y se cumpla cuando los trabajadores de los medios viven en la precariedad laboral y la extrema vulnerabilidad frente al poder? ¿Puede ser algo más que papel mojado, cuando la autoridad encargada de tutelarlos está más preocupada por conservar las formas que por “meter en cintura” a los que lo violan? ¿Cuando el sistema público de medios no se comporta como “estatal” sino como “gubernamental”?

Q ITESO: Análisis Crítico de Medios, y este trabajo son un esfuerzo, modestísimo pero enormemente apreciable, para que nuestro derecho a la información (y la libertad de expresión) se irrespete cada vez menos. La información es poder. Y, en una democracia —otra verdad de Perogrullo—, el poder debe estar en manos del pueblo.

30 de abril de 2015

# ***I. El sistema de comunicación de Guadalajara***





## ***Trasformación del sistema de medios de comunicación en 2014***

JULIO GONZÁLEZ

Como la segunda ciudad más importante del país, Guadalajara tiene un peso específico en el sistema de medios nacionales y por eso algunas empresas han decidido desde hace décadas entrar a la plaza para competir por los públicos y la publicidad con el objetivo de ampliar sus consorcios mediáticos o de otra índole.

La transformación del sistema de medios de comunicación de la entidad, que se da mes con mes, no podría entenderse sin el análisis del financiamiento gubernamental a las empresas de comunicación.

Durante 2014 los medios en la entidad vivieron situaciones que marcaron su oferta editorial, así como la forma de entregar su producto o servicio con el objetivo de encontrar un modelo de negocio que ayude a su estabilidad, posicionamiento o expansión.

A continuación se presentan algunos de los hechos que vivieron algunas empresas mediáticas (prensa, revistas, radio y televisión), las celebraciones y dificultades que sufrieron sistemas públicos de radio y televisión, así como el pronunciamiento de un grupo del gremio periodístico en vísperas de 2015.

## PROCESO JALISCO PUBLICA INFORMACIONES SOBRE LA RELACIÓN DEL PODER Y LOS MEDIOS

La revista *Proceso Jalisco* publicó en la portada de su número 500 el titular “Juegos perversos. Aristóteles y los medios”. A partir de ese 8 de junio y hasta agosto de 2014 se publicaron varios reportajes en los que se retrataba la relación del Poder Ejecutivo de Jalisco, comandada por el priista Jorge Aristóteles Sandoval, y los medios de comunicación del estado.

Uno de los reportajes de la edición 500 de *Proceso Jalisco* se tituló “Una manita de gato de 360 millones”. En el texto se registra cómo en los primeros 14 meses de gobierno de Aristóteles Sandoval, a través de la firma del coordinador de dependencias auxiliares, Alberto Lamas Flores, su administración “entregó a Televisa casi 65 millones de pesos” y en el mismo lapso a TV Azteca, la otra cadena de televisión nacional, “le compró espacio por 31 millones de pesos para transmitir spots de diferentes campañas oficiales, pero también por la ‘repetición de notas’”.

En el reportaje firmado por “Equipo Proceso Jalisco” se habla de los contratos entre los medios impresos y el gobierno estatal. Durante 2014 y hasta la fecha de la publicación, “los diarios *El Occidental*, *El Sol de Guadalajara*, *La Prensa* y *Esto*, de la Compañía Periodística del Sol de Guadalajara, SA de CV, y Organización Editorial Mexicana (OEM), ambas de Mario Vázquez Raña, en conjunto han recibido 6 millones 76 mil 281 pesos”. Mientras que el periódico *La Jornada Jalisco*, dirigido por Juan Manuel Venegas, para junio de ese año sumaba, sin contar el monto de 2013, cheques por casi un millón 248 mil pesos. Por cierto, ese medio cambió el diseño de su página web en el segundo

semestre del año y a lo largo de 2014 hubo movimientos en su personal: despidos, renunciaciones y demandas. A *Milenio Jalisco*, por su página de Internet, radio y televisión, en las mismas fechas se le habían pagado 11 millones 113 mil y *El Informador* llevaba 725 mil 351 por publicidad.

## EL INFORMADOR BUSCA NUEVOS HORIZONTES EDITORIALES Y COMERCIALES

El periódico más longevo de Jalisco, *El Informador*, publicó en su portada del 4 de agosto de 2014 que ahora formaban parte de “la agencia Periódicos Asociados en Red (PAR)” y que este era un grupo de diarios que por medio de una alianza informativa producen de manera coordinada investigaciones periodísticas de alto impacto en los planos nacional y local.

La agencia PAR está conformada por siete medios de diversas latitudes y estados del país:

- *El Financiero* (ciudad de México).
- *El Presente de Tabasco*.
- *El Siglo de Durango*.
- *El Siglo de Torreón*.
- *El Dictamen* (Veracruz).
- *El Diario de Yucatán*.
- *El Informador* (Guadalajara).

Lo que busca la agencia PAR, según *El Informador*, es hacer “periodismo en red”; para fines prácticos se trata de la indagación de una “problemática de repercusión nacional con su particular lectura a nivel local”.

En aquella edición del 4 de agosto *El Informador* presentó una segunda investigación en donde publicaba un reportaje “sobre el crecimiento exponencial de los motociclistas en el país”. El primero abordó el tema sobre casos de negligencia médica.

Otra transformación que *El Informador* vivió en 2014 fue el cambio de la inserción de una página sobre economía, que no edita esta empresa. Antes la portada de *El Economista*, periódico de la ciudad de México, aparecía en las páginas de *El Informador*. Sin embargo, a raíz de la alianza de *El Financiero* con la agencia PAR este medio tapatiño sustituyó la de *El Economista* por la de *El Financiero*.

No obstante, no fueron los únicos cambios en 2014 de lógica de producción, distribución y ampliación de públicos los que sufrió *El Informador* —propiedad de Unión Editorialista, SA de CV. Un día antes de su aniversario número 97, el sábado 4 de octubre, los suscriptores del periódico recibieron un suplemento llamado “Círculo I”, en el que aparecen descuentos en establecimientos de diversos sectores comerciales. Aquellos que sean parte de esta “comunidad” cuentan con una credencial personalizada que podrán mostrar en los negocios que formen parte de “Círculo I”. Los comercios que se ven beneficiados con las alianzas son restaurantes, cafés, compras, viajes, hoteles, cines, conciertos, bares y servicios.

## LAS NUEVAS ALIANZAS INTERNACIONALES DE MILENIO JALISCO

Los cambios que sufrió *Milenio Jalisco* fueron principalmente en la oferta editorial en el plano internacional y económico. A partir del segundo semestre de 2014 el diario

ofreció contenidos del *Financial Times*. Esta alianza consiste en ofrecer “una selección de las mejores notas de este periódico en inglés y uno de los líderes en el plano económico y financiero”, explica el director de *Milenio Jalisco*, Jaime Barrera Rodríguez. Además de “un suplemento todos los lunes con trabajos de mayor profundidad, más ‘arrevistados’, de ese periódico”.

Unas semanas después vino la alianza con *El Mundo*, periódico español, con la que también se intenta fortalecer la oferta editorial en materia de notas internacionales. La razón por la cual se concretó este par de coaliciones es que “casi siempre en las evaluaciones y en los distintos estudios que hay sobre la prensa mexicana una de las principales críticas es que ningún periódico le da suficiente importancia a las notas internacionales, que esa sección es de una página. Con esta alianza se trata de llenar ese hueco”, advierte Barrera Rodríguez.

Otro cambio que vivió *Milenio Jalisco* y todas las ediciones *web* que pertenecen a este grupo periodístico fue el de su oferta en Internet. Desde la ciudad de México, Carlos Puig y Galia García a lo largo de 2014 desarrollaron lineamientos sobre jerarquía editorial, tiempos y contenidos; “se está trabajando en un concepto integral”. Por lo que “el equipo de Jalisco está trabajando con los de la capital y darle importancia a las redes sociales [La página de *Milenio*] es una de las páginas con mayor crecimiento [en 2014] la segunda después de *El Universal*”, asegura el director de *Milenio Jalisco*.

En el ámbito radiofónico, en 2014 volvió el programa de *La Afición* a la estación de Milenio Radio en el 89.1 del FM. Este programa había sido eliminado en 2013 junto con dos emisiones de noticias.

## LOS HERMANOS ORTEGA DEJAN LA CRÓNICA DE HOY JALISCO

Lamas Flores firmó un convenio con el Grupo Periodístico Crónica Jalisco, SA de CV, con vigencia del 15 de enero al 31 de diciembre de 2014, por un total de 5 millones de pesos. Y al Grupo Empresarial Ofertas, conocido como *Sólo Ofertas*, hasta la mitad del 2014 se le asignaron 7 millones 64 mil pesos.

El periódico *La Crónica de Hoy Jalisco*, del Grupo Periodístico Crónica Jalisco, SA de CV, estuvo dirigido por Guillermo Ortega Ruiz desde su primer número, el del 6 de diciembre de 2013. Sin embargo, a un año de vida del diario hubo un cambio de timón y los Ortega Ruiz, Benjamín y Guillermo, desaparecieron del directorio de ese medio de comunicación, sin resonancia en el círculo periodístico jalisciense.

Con la salida de los Ortega el directorio sufrió cambios. Manuel Falcón se convirtió en el director editorial y Moisés Mora en subdirector editorial. De igual forma, en los últimos meses renunció a su puesto el jefe de información, Sergio René de Dios, quien había obtenido licencia para ausentarse a mediados de 2014.

## EL “MAPA” DE PERIÓDICOS GRATUITOS SE RENUEVA

Muchos se reparten en las calles; algunos en establecimientos como cafés, hoteles y gimnasios; uno más en las estaciones del Tren Ligero de la capital jalisciense. Los periódicos gratuitos tienen una dinámica distinta a la de los convencionales. Por ejemplo, no se imprimen los siete

días de la semana y la información se edita en pequeñas “dosis”.

En Guadalajara el periódico gratuito más antiguo se llama *El Tren* y pertenece a Unión Editorialista, SA de CV —el mismo grupo propietario de *El Informador*. En noviembre de 2014 festejó su decimocuarto aniversario pero desde abril de ese mismo año comenzó una transformación de “forma y fondo”, es decir, de línea editorial y diseño.

El editor de *El Tren*, Iván González Vega, dejó el puesto de supervisor de *hard news* de *El Informador* para dirigir la nueva etapa del gratuito de la empresa.

Para González Vega, “*El Tren* es otra forma de buscar caminos distintos para trabajos periodísticos para la empresa en cuestión y también es una manera de conectar con un público diferente, pero no sabemos qué tan diferente es”.

Y es que durante casi 14 años de vida *El Tren* había dedicado la mayoría de sus páginas a los temas deportivos y preferentemente al fútbol local. Su nombre nació a partir de la idea de distribuir este producto en las estaciones del Sistema de Tren Eléctrico Urbano (Siteur) de la zona metropolitana de Guadalajara y también en 34 cruceros estratégicos de avenidas de la ciudad y locales.

“En abril de 2014, en una plática con el dueño de la empresa [Carlos Álvarez del Castillo] discutimos si era el momento de modificar lo que le estaba ocurriendo al periódico gratuito de la empresa y para qué. Entonces la empresa planteó un esquema en el que *El Tren* iba a apuntalar los cambios que ha vivido *El Informador* para buscar nuevos lectores y nichos de lectores”, explica González Vega. Uno de esos cambios es un diseño gráfico colorido.

“Cuando a mí me proponen hacer *El Tren* me dijeron que era un periódico con un segmento e impacto particular.



La propuesta fue un diseño de contenidos que da muchas noticias de manera muy breve, con tres énfasis distintos: el deportivo, el noticioso o urbano y el de las agendas. Con la intención de buscarle lectores nuevos a la empresa y al producto pero también con una vocación experimental. Queremos saber si es lo que funciona con los gratuitos o no. Tomando el riesgo de perder los lectores fieles que tenía *El Tren*”, dice el editor.

Según el registro foliado con el número 326 / 36 del Instituto Verificador de Medios (IVM), empresa contratada por la empresa dueña de *El Tren*, este gratuito tiene un tiraje de 69 mil 900 ejemplares.

La nueva versión de *El Tren* salió el 18 de julio de 2014 y a partir de esa fecha las tres ediciones que imprimen a la semana se enfocarían en tres ejes. Los lunes tiene un énfasis deportivo, los miércoles, urbano y noticioso, y los viernes se dedican los espacios a las agendas de entretenimiento.

El proceso de cambio se vio primero en papel, mientras que en la *web* ([www.eltren.com.mx](http://www.eltren.com.mx)) hasta finales de 2014 seguían teniendo como prioridad los temas deportivos.

La aparición del periódico gratuito *Máspormás GDL* es parte de los cambios en el sistema de medios de Jalisco. El lunes 23 de junio de 2014 se repartió el primer número y la nota principal de su portada se tituló “Lo que te cuestan los enredos de los gobiernos”.

Este periódico gratuito es propiedad de Más Información Más Beneficios, SA de CV, y se distribuye en algunos cruceros de avenidas de la ciudad (principalmente en Guadalajara y Zapopan), en los cafés Starbucks, gimnasios y otros establecimientos.

En la capital del país nació *Máspormás* en el verano de 2009 y cinco años después su director general, Gustavo Guzmán Favela, decidió expandir su concepto y fundar *Máspormás GDL*.

Este gratuito tiene un “formato distinto que busca abastecer un mercado abandonado por los periódicos convencionales, orientados a lo político y económico; a los que están hasta arriba de la pirámide socioeconómica, y luego existen otros que están orientados a la clase popular. Nosotros estamos dirigidos a la clase media ávida de información”, explica Guzmán Favela.

*Máspormás GDL* “es un negocio —naturalmente— que solo vive de los anuncios publicitarios de iniciativa privada y no es un esquema que busque vivir de [publicidad de] gobierno pero tampoco estamos peleados con venderle espacios de formato publicitarios”, dice su director general.

De acuerdo con Guzmán Favela, su página de internet [www.masgdl.com](http://www.masgdl.com) ha llegado a tener más de ocho mil visitas únicas por día, mientras que el tiraje del impreso es de 40 mil ejemplares —en el Distrito Federal es de 150 mil—, y se tomó en cuenta la densidad y la zona geográfica a la que está dirigida el periódico para decidir el número de ejemplares que se distribuyen en la zona metropolitana de Guadalajara.

Desde sus inicios la redacción de *Máspormás GDL* se nutrió de extrabajadores de *La Jornada Jalisco*, entre los que destacan Héctor Mendieta como editor, Raúl Torres como jefe de información, Héctor Hernández como fotógrafo, David Morales como editor *web* y Alejandro Velazco y Jonathan Bañuelos como reporteros.

Otro gratuito que sufrió cambios fue *Publimetro*. A finales de 2013 Gabriel Orihuela —quien posteriormente se

integró a *El Informador* como “reportero colaborador”, un nuevo esquema de trabajo— dejó la jefatura editorial y en enero de 2014 la tomó Héctor Escamilla.

## LA REVISTA ZÓCALO ESTUDIA PERIÓDICAMENTE A LOS MEDIOS DE JALISCO

En 2014 la revista capitalina *Zócalo* buscó tener más presencia en Guadalajara, para ello llevó a cabo acciones como reforzar la distribución para que estuviera disponible para su venta a tiempo. Antes se conseguía solo en Sanborns y ahora también se distribuye en algunos puestos de periódicos del centro de la ciudad. La periodista Perla Blas pasó de ser colaboradora a ser la corresponsal en Jalisco.

Como consecuencia se publicaron textos como:

- “Crisis laboral, una realidad de periodismo en Guadalajara” (número 168), en febrero.
- “Periodismo emprendedor” (número 173), en agosto.
- “Periodistas-medios y el “‘Cuarto de guerra’ en Jalisco” (número 176), en octubre.
- “En Jalisco, al periodista no se le mata, se le despide: entrevista con Alberto Osorio” (número 177), en noviembre.

Así fue como se decidió realizar, explica Perla Blas, “por primera vez un panel con los periodistas Esperanza Romero, Pedro Mellado, Alejandra Guillén, Darwin Franco, Carlos Padilla (director de la revista *Zócalo*) y una servidora, llamado ‘Jalisco, censura y autocensura’, en el cual se abordó la difícil situación que enfrenta el gremio periodístico en la entidad, a partir de la llegada del [Partido

Revolucionario Institucional] PRI y ciertos personajes claves (número 178)”.

## LA CELEBRACIÓN DE RADIO UNIVERSIDAD POR SU 40 ANIVERSARIO

Los cambios que vivió Radio Universidad (104.3 FM), la estación permisionada a la Universidad de Guadalajara, comenzaron en enero de 2014 con el traslado de sus instalaciones. Dejaron el piso 12 del edificio en Avenida Juárez número 796 y se mudaron a la calle Ignacio Jacobo número 29, en la colonia Parque Industrial Belenes, Zapopan. A decir del subdirector de Radio Regional Guadalajara, Ricardo Salazar, “las instalaciones son más adecuadas para la radio pues se cuidó que hubiera espacios privados para trabajar así como la acústica de las cabinas, que fueron tratadas de forma especial con materiales de estándares internacionales. Ese fue el principal cambio en lo que se refiere a las dinámicas laborales”. De igual manera la antena se mudó al Cerro del Cuatro, lo que ayudó a que las frecuencias lleguen hasta la ribera de Chapala.

En cuanto a los contenidos, a lo largo del año se eliminaron algunos espacios pregrabados y se pusieron el reto de presentar más horas “en vivo”. Salazar explica que el objetivo fue ir por públicos olvidados o por públicos no atendidos por la radio en Guadalajara. En octubre de 2014 “se lanzó un programa en vivo a las 6:00 horas llamado ‘Start’, un espacio que tenía al menos cuatro años con programación grabada, ignorando la dinámica de la ciudad y de la gente, que a esa hora ya está en actividad, entre ellos una importante población de estudiantes y profesores de la casa de estudios a la que pertenecemos”. Además, los

fines de semana se lanzaron dos propuestas nocturnas y los domingos se transmitió desde el Museo de las Artes (MUSA) y de la Vía Recreativa.

A lo largo del año Radio Universidad festejó su 40 aniversario. Para ello preparó dos actividades que conmemoraban el nacimiento de la radio de la universidad pública de la entidad. El primero, en mayo, fue un maratón de transmisión “en vivo” que duró 40 horas en el cual el contenido consistió de conferencias sobre arte y cultura, sexualidad, cine, política, tecnología, la calle y movimientos urbanos. La segunda actividad se realizó en junio; una ceremonia de 40 reconocimientos a trabajadores, extrabajadores, colaboradores y excolaboradores de esa radio.

## EL PRIMER OMBUDSMAN DE C7 RENUNCIA

De acuerdo con el dictamen emitido el 7 de julio de 2014 por el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRTV), organismo público descentralizado (OPD), se designó a Gabriel Orozco Bernáldez como el primer Defensor de Audiencias del canal de televisión conocido como C7. Esto después de una convocatoria pública y un proceso de selección por parte de la Junta de Gobierno del OPD.

El seleccionado sería el de mayor puntaje y se tomarían en cuenta varios criterios como el perfil, carta de intenciones, entrevista personal, currículum académico, profesional y cartas de recomendación. Gabriel Orozco compitió junto con Darwin Franco, Bernardo Masini y Napoleón Medrano por el puesto y consiguió una calificación de 87.

En un comunicado emitido en la página de Internet de C7 se dijo que Orozco Bernáldez contaba con las aptitudes

para “analizar la imparcialidad, la veracidad, la calidad y el equilibrio de los contenidos, además de motivar la participación de los ciudadanos para que expresen su opinión sobre la programación”.

Sin embargo, tres meses y 24 días después, el 31 de octubre de 2014, Gabriel Orozco presentó su renuncia como ombudsman del canal público. En la carta dirigida a la presidenta del Consejo Directivo del SJRTV, Myriam Vachez Plagnol, reconoció haberse equivocado al pensar que su trabajo serviría para “ampliar la participación y generar un vínculo más estrecho entre el medio público y sus usuarios”, aunque no fue sino hasta el 5 de noviembre cuando su renuncia se hizo efectiva; Napoleón Medrano quedó entonces como Defensor de Audiencias interino.

Según una nota de *Reporte Índigo*, publicada después de la renuncia, “Orozco Bernáldez presentó solo una recomendación escrita que implicaba el tratamiento de la información sobre la contaminación de la laguna de Cajititlán y la muerte masiva de popochas en el vaso lacustre”. La nota consignaba que un punto de inconformidad por parte del Defensor de Audiencias es que en redes sociales se informaba del caso desde la cuenta del director de C7, Sergio Ramírez Robles, y no de la del canal.

Otro punto de desencuentro fue el tratamiento de la información sobre la marcha en apoyo a los 43 normalistas de Ayotzinapa desaparecidos, realizada el 8 de octubre en Guadalajara. En su cuenta de Twitter Sergio Ramírez Robles desmintió los dichos sobre el caso Ayotzinapa y su relación con las causas de renuncia de Orozco Bernáldez.

El 14 de noviembre de 2014 el Defensor de Audiencias interino emitió una recomendación al respecto dirigida al

director del canal: “Le pido que considere integrar a los contenidos de los noticiarios local de C7 Jalisco la información relativa a lo acontecido a los estudiantes de Ayotzinapa, esto de manera permanente y en las tres emisiones locales de *C7 Noticias*”.

## PERIODISTAS JALISCIENSES ALZAN LA VOZ DURANTE LA FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE GUADALAJARA

El viernes 5 de diciembre de 2014, durante el Encuentro Internacional de Periodistas de la Feria Internacional del Libro (FIL) Guadalajara, se llevó a cabo la mesa de discusión con el tema “Periodismo intergeneracional”. Ahí el editor de *Reporte Índigo*, Mauricio Ferrer, quien recientemente había dejado *La Jornada Jalisco* por “asuntos de tipo laboral y la falta de pagos” calificados como “comunes”, leyó un pronunciamiento firmado por un grupo de más de 70 periodistas (reporteros, editores, conductores de radio, columnistas, fotoperiodistas) de la entidad. Algunos con más de 30 años de experiencia y otros novatos, entre los que destacan nombres como Agustín del Castillo, de *Milenio Jalisco*; Alberto Osorio, de *Proceso Jalisco*; Alejandra Guillén, de *Máspormás GDL*; Darwin Franco, Premio Jalisco de Periodismo 2014; Griselda Torres, de Notisistema y reconocida con el Premio El Despertador Americano 2014 por su trayectoria; Sergio René de Dios, periodista con más de 30 años de experiencia; Juan Carlos Núñez, exdefensor del lector de *Público*; Pedro Mellado, articulista de *Mural*; Sonia Serrano, de *Milenio Jalisco*; Rubén Martín, conductor de radio y articulista, y Ricardo Salazar, de Radio Universidad, entre otros.

Según un reportaje publicado en *Proceso Jalisco* la entidad cuenta “con un acumulado histórico de 112 demandas laborales presentadas por reporteros y periodistas en la entidad por despidos injustificados [...] uno de los estados de alto riesgo para los comunicadores”. El dato fue tomado de la Junta Local de Conciliación y Arbitraje, dependiente de la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STYPS).

El pronunciamiento iba dirigido a las empresas de medios de la entidad debido a que los periodistas firmantes los acusaban de ofrecer “un deterioro palpable en las condiciones de trabajo y producción de información en el estado” debido al modelo de negocios en crisis en el ámbito mundial.

También mostraron su preocupación por “el peso e injerencia que los grupos políticos que controlan poderes y entidades públicas (Ejecutivo, ayuntamientos, universidades, etcétera) van teniendo en distintos medios de información en el estado” a través de los contratos entre las oficinas de comunicación social y las empresas para el pago de pautas publicitarias.

También dijeron que “como periodistas nos declaramos ajenos a esta lógica (de negociación económica y de intereses políticos) y seguiremos haciendo nuestro trabajo con independencia”. Se finalizó con unas palabras de apoyo a las víctimas de la violencia y los desaparecidos en Jalisco y México.

Los medios convencionales no le dieron espacio en sus páginas al pronunciamiento. Algunas revistas como *Zócalo* —especializada en medios de comunicación y periodismo—, *Proyecto Diez* y *Proceso Jalisco* retomaron el tema en sus páginas de Internet o en alguna de sus ediciones impresas.



## LOS MEDIOS EN JALISCO DURANTE 2014: ENTRE NUEVAS ALIANZAS EDITORIALES Y LA MODIFICACIÓN DEL SISTEMA

En los últimos meses de 2014 los periodistas de Jalisco se dedicaron a reflexionar, desde medios especializados, convencionales y foros, sobre su quehacer en la sociedad, el papel de los medios y las condiciones laborales. De igual manera se posicionaron en un aparador como la FIL de la ciudad a unos meses de las elecciones intermedias de 2015.

Además, los públicos fueron testigos de nuevos contenidos, algunos de tipo internacional y otros nacionales, producidos desde otras redacciones y aliados con medios de comunicación de la ciudad. Así, en el plano de los gratuitos, evolucionó el diseño y la propuesta de información por parte de empresas locales y nacionales, por lo que se podría pensar que aún hay públicos para este tipo de impresos que no necesariamente consumen periódicos porque los buscan sino porque les llegan.

Lo anterior sucede en medio de una crisis de modelos de negocios por parte de la prensa y la radio en la que parte de su publicidad es financiada por el gobierno del estado a través de contratos millonarios, tal como lo publicó la revista *Proceso* en 2014, así como de diversos cambios en los permisionados de la entidad. Por un lado, el Sistema Universitario de Radio y Televisión (SURT) con cambios de instalaciones y de la programación y, por el otro, un SJRTV con problemas con el modelo de la defensoría de audiencias y criticado por el cambio de su barra de contenidos que antes tenía un corte cultural y ahora es noticioso.

En retrospectiva, los medios en Jalisco, así como el sistema político, en 2014 se acoplaron, vivieron meses de renovación, cambios internos, de personal, editoriales y de diseño para prepararse, acaso, para la cobertura de las elecciones en la entidad en 2015, así como los cambios en el mapa político que durante este año pudieran sobrevenir y pudieran afectar de dos formas al sistema de medios: la continuación de la crisis del modelo de negocios o su reivindicación económica y editorial.



## ***Nuevos medios de comunicación en línea de la zona metropolitana de Guadalajara***

ROSALÍA OROZCO MURILLO,

CON LA COLABORACIÓN DE

FIDEL A. ROMERO ÁLVAREZ

Vivimos en una era en la que prácticamente ningún campo o sector que se dedique a generar conocimiento y a procesar datos e información ha quedado al margen de la influencia y el impacto de Internet.

En el campo particular de la comunicación periodística, Internet y la llamada convergencia tecnológica han multiplicado y diversificado las posibilidades y capacidades de producción y socialización de contenidos, propiciando el surgimiento de nuevos medios y canales comunicativos en línea. Los medios de comunicación tradicionales (prensa escrita, radio y televisión) han generado espacios digitales en la red para difundir sus contenidos; paralelamente, también han surgido sitios informativos en línea desvinculados de las corporaciones mediáticas que históricamente habían tenido el monopolio de la comunicación masiva.

En México fue a mediados de los años noventa cuando surgieron en Internet las primeras ediciones espejo de los diarios impresos. En esa década la prensa escrita mexicana literalmente copió y publicó en Internet los mismos contenidos que ya había difundido en el medio tradicional.

Con el advenimiento del siglo XXI llegaron también nuevos sitios informativos exclusivamente digitales. La zona metropolitana de Guadalajara no ha sido ajena a este fenómeno y en los últimos años han surgido medios in-

formativos en línea que no tienen conexión alguna con los medios impresos y electrónicos consolidados en la región.

En este texto se presenta un informe descriptivo de las características generales que tienen los medios de comunicación periodística en línea que no están asociados a los sistemas de medios tradicionales y que han producido información de manera regular durante los últimos tres años en la zona metropolitana de Guadalajara.<sup>1</sup>

## INTERNET COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación en línea existen gracias a Internet, pues es a través de esa red como los comunicadores difunden (y muchas veces también producen) datos, información y contenidos.

Castells (2012) define a Internet como el medio de comunicación social que se caracteriza por permitir la interactividad y la multidireccionalidad en el intercambio de mensajes y contenidos culturales, particularidades que en la prensa escrita, la radio y la televisión son poco frecuentes o escasas.

El estudioso español aclara que Internet, como nueva forma de comunicación de masas no excluye a las formas de comunicación masiva e interpersonal ya existentes sino, al contrario, es gracias a esa red como todas las formas de comunicación coexisten, interactúan y se complementan entre sí.

1. En este informe no se describen las características ni la estructura del sistema de medios de la zona metropolitana de Guadalajara. Quien esté interesado en conocer más acerca de las características de ese sistema puede consultar los informes *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco* de 2009, 2010, 2011 y 2013.

Lo que es históricamente novedoso y tiene enormes consecuencias para la organización social y el cambio cultural es la articulación de todas las formas de comunicación en un hipertexto digital, interactivo y complejo que integra, mezcla y recombina en su diversidad el amplio abanico de expresiones culturales producidas por la interacción humana (Castells, 2012, p.88).

La consolidación global de Internet como plataforma comunicativa en línea ha hecho que la red de redes se convierta también en el instrumento indispensable para ejercer el periodismo. Por un lado, ha impulsado procesos de convergencia y reorganización de empresas informativas tradicionales y, por el otro, ha facilitado el surgimiento de los medios de comunicación en línea.

En el caso particular de las fusiones y redes de convergencia que se han tejido en los medios masivos de comunicación que se dedican a informar, Salaverría y García Avilés (2008) aseguran que la convergencia en el periodismo afecta y alcanza a toda la estructura empresarial, profesional y editorial de las empresas informativas.

Los autores definen convergencia periodística como un proceso multidimensional que propicia la integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, permitiendo que los periodistas elaboren contenidos que se distribuyen a través de diferentes plataformas.

Salaverría y García Avilés no creen que la sola presencia de Internet en un medio periodístico conlleve necesariamente el desarrollo de procesos de convergencia, aunque afirman que la ausencia de esa red tecnológica impide que

surjan nuevos medios y que se den procesos convergentes en el periodismo.

De manera directa o indirecta, los medios informativos en línea surgen en torno a procesos de convergencia que se han dado a partir de la masificación en el acceso a Internet y al relativo abaratamiento de las tecnologías de la comunicación, fenómenos que han permitido a ciudadanos y periodistas crear sus propios sitios *web* y canales de comunicación en línea. Un medio de comunicación en línea es aquel que cumple con las siguientes características:

- El medio tiene un dominio y renta un espacio en la *web*. El registro del dominio permite identificar al medio en la red y asociarlo a una persona o a una organización, mientras que la renta de un espacio virtual en un servidor permite al medio alojar y almacenar contenidos en distintos formatos y tamaños.
- El medio publica contenidos multimedia. En la era de Internet y en un ambiente hipertextual (capacidad de enlazar contenidos) el término multimedia se refiere al uso e integración de textos, audio, video, imágenes y gráficos (todos a la vez o solo algunos) en la estructura narrativa de un contenido. También puede darse la multimedialidad cuando los contenidos se producen y presentan en diversos formatos adaptables a plataformas como la radio y la televisión. “Hoy los medios comprenden que su negocio es el contenido, y que en lugar de vender soportes, se trata de generar servicios multiplataforma a los que el usuario accede desde múltiples terminales en función de su situación y necesidades” (Orihuela, 2004, p.2).

- El medio genera espacios para la interacción. Debido a que Internet permite a los usuarios convertirse en productores y distribuidores de información, se espera que el medio de comunicación social en línea abra espacios que permitan la interacción y la participación directa e indirecta de sus usuarios a través de chats, foros, correos, suscripciones, cuentas de redes sociales, sistemas de comentarios u otros mecanismos. Según Orihuela (2010), en la comunicación mediada por la tecnología la interactividad entre personas tiene como “condición necesaria” la existencia de canales a los que los interlocutores pueden acceder de manera simétrica para establecer un diálogo en tiempo real.

Aunque podría suponerse que todos los medios de comunicación en línea emplean ciertos niveles de interactividad y multimedialidad en sus sitios *web*, sería absurdo estandarizar su uso, pues cada medio los aplica de acuerdo con sus propias capacidades de gestión técnica y operativa. Generalmente, cuanto más respaldo financiero tiene un medio, mayor es su capacidad de explotar y desarrollar todas las propiedades de un medio de comunicación en línea.

Cierro esta parte del documento con una cita de 2001 del teórico Mark Deuze, quien resume así las particularidades que definen el modelo de comunicación periodística en la era de Internet:

El periodismo en línea puede diferenciarse funcionalmente de otros tipos de periodismo por el uso de su componente tecnológico como factor determinante en



términos de definición (operativa). El periodista online debe decidir qué formatos de medios pueden explicar mejor qué historias (multimedialidad), debe dejar espacio para que el público tenga posibilidades de responder, interactuar o incluso adaptar determinadas historias (interactividad) y debe tener en cuenta formas de conectar la historia con otras historias, archivos, fuentes, etcétera a través de hipervínculos (hipertextualidad). Esta es la forma “típica-ideal” de periodismo en línea, tal y como ha sido expresada por un número creciente de profesionales y académicos de todo el mundo (citado en Jarque y Almiron, 2008, pp. 232 y 233).

## LA DESCRIPCIÓN DE LOS MEDIOS INFORMATIVOS EN LÍNEA

Las preguntas de investigación que guiaron el presente estudio fueron dos: ¿cuáles son los medios de comunicación periodística en línea de la zona metropolitana de Guadalajara? y ¿cuál es el perfil general de esos medios de comunicación?

Con base en estas dos preguntas se planteó el objetivo principal del estudio: describir las características generales de los medios informativos en línea de la zona metropolitana de Guadalajara. Los criterios que se tomaron en cuenta para seleccionar a los sitios *web* que se incluyeron en el informe fueron los siguientes:

- Sitios *web* periodísticos con información predominantemente local. Se tomó en cuenta que los contenidos difundidos fueran informativos y que permitieran conocer y entender la realidad social del contexto local y

regional. No importó si los contenidos son de interés general o especializado. No se incluyeron blogs o bitácoras. Fue importante verificar que los contenidos se produjeran en el área geográfica de la zona metropolitana de Guadalajara.

- Medios de comunicación en línea autónomos. Se incluyó solo a los nuevos medios de comunicación en línea que publican contenidos exclusivos para Internet y que no tienen conexión alguna con la prensa escrita ni con los canales de radio y televisión (públicos y privados) de la zona urbana. Aunque este criterio puede parecer arbitrario, la decisión se justifica porque la mayoría de los periódicos, estaciones de radio y canales televisivos de la zona publican en sus sitios *web* prácticamente los mismos contenidos que producen para sus programas o secciones informativas, por lo tanto no se les puede considerar nuevos medios en línea. Debe aclararse que sí puede haber casos en los que un medio tradicional publique algunos contenidos exclusivos para Internet.
- Sitios *web* con al menos tres años de antigüedad. Se consideró que tres años es un tiempo pertinente para que el medio sea ubicado por la opinión pública y para que tenga más o menos consolidados los procesos editoriales y administrativos que garantizan su permanencia en la *web*.

Tomando en cuenta los tres criterios antes señalados se realizaron varias búsquedas en Internet y en las redes sociales usando las palabras clave: “noticias en línea GDL”, “noticias en línea Jalisco”, “medios Jalisco”, “sitios *web* Guadalajara”, “sitios *web* Jalisco” y “periodismo Guadalajara” entre otras variantes. Los resultados de las búsquedas

fueron un tanto infructuosos porque aparecían referenciados los sitios *web* y los contenidos de los medios de comunicación impresos y electrónicos. El único medio en línea que se localizó de esta manera fue *Proyecto Diez*, aunque ya había sido considerado para el informe.

El método que resultó más útil para ubicar a los nuevos medios de comunicación en línea de la zona metropolitana de Guadalajara fue consultar directamente a periodistas y académicos que colaboran en el Centro de Formación en Periodismo Digital del Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara. Con los nombres de los sitios *web* que nos dieron las personas consultadas se creó una lista inicial a partir de la cual se procedió a recabar información más específica de cada uno de los medios. Después de verificar cuáles de los sitios *web* cumplían con los tres criterios de selección antes mencionados se hizo el listado definitivo de medios (véase la tabla 2.1).

Una vez verificados los datos generales de los medios de comunicación en línea, se procedió a buscar información más amplia sobre cada uno de ellos con el fin de identificar y registrar algunas características básicas que nos permitieran describirlos.

Tomando en cuenta la propuesta que hacen Larrosa y Paláu (2014) en el *Manual para la observación de medios* se adaptó y diseñó el instrumento “Ficha informativa del perfil básico del medio en línea” que se utilizó para describir y registrar los datos de cada sitio *web*. El diseño de ese instrumento obedece a las propiedades y características particulares de los medios de comunicación en línea que fueron descritas en la parte teórica de este informe.

La ficha informativa se dividió en tres partes o secciones que permiten describir y ubicar de forma más rápida y

**TABLA 2.1 NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LÍNEA DE LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA (ENERO DE 2015)**

Nombre del medio	Dirección URL (web)	Fecha de fundación o lanzamiento	Organización o persona propietaria del dominio	Director o editor general del medio	Tipo de información que publica	
					De interés general	Especializada / Cuál
Artículo Siete	<a href="http://articulosiete.com/portal">http://articulosiete.com/portal</a>	19 de enero de 2012	María del Pilar Morones	Cecilia Márquez		Cultura
Axópolis	<a href="http://www.axopolis.com/">http://www.axopolis.com/</a>	Enero de 2012	Daniel García González	No se localizó el dato		Periodismo de negocios y empresarial
Conciencia Pública	<a href="http://conciencia-publica.com.mx/">http://conciencia-publica.com.mx/</a>	31 de febrero de 2009	Gabriel Ibarra Burgiac	Gabriel Ibarra Burgiac		Política
El Lado Bueno	<a href="http://elladobueno.com/">http://elladobueno.com/</a>	17 de abril de 2011	Gabriel Orihuela	Gabriel Orihuela		Noticias positivas
El Respetable	<a href="http://www.elrespetable.com/">http://www.elrespetable.com/</a>	19 de febrero de 2008	Bruno López Argüelles	Bruno López Argüelles		Política
Periodismo Transversal	<a href="http://periodismo-transversal.com/">http://periodismo-transversal.com/</a>	15 de diciembre de 2010	Sergio René de Dios Corona	Sergio René de Dios Corona		Cultura
Proyecto diez	<a href="http://www.proyecto-diez.mx/">http://www.proyecto-diez.mx/</a>	Abril de 2011	Pilar Martínez Reyes	Jorge Gómez Naredo	X	
Radio Centinela	<a href="http://www.radio-centinela.com">www.radio-centinela.com</a>	1 de septiembre de 2010	Talia Zepeda Ponce	Talia Zepeda Ponce		Cultura y desarrollo comunitario
Verde Bandera	<a href="http://verdebandera.com.mx/">http://verdebandera.com.mx/</a>	Junio de 2011	Sergio Hernández Márquez	Sergio Hernández Márquez		Ecología y medio ambiente

fácil la información sobre el medio de comunicación en línea: datos de la organización, características del medio en línea y observaciones.

Los datos de la primera parte de la ficha se consultaron directamente en las secciones del sitio *web* comúnmente llamadas “Quiénes somos”, “Directorio”, “Nosotros” y “Nuestra historia”. En algunos casos también se buscó y contrastó la información a través de buscadores de Internet y en las cuentas de redes sociales del sitio y de sus colaboradores.

La fecha de registro del dominio se investigó en el sitio *web* <https://who.is/>, donde además se obtuvo el nombre de la persona o de la razón social que aparece como propietaria del dominio del sitio.

La fecha de registro del dominio puede ser en algunos casos posterior o muy diferente a la fecha de fundación del portal, lo que puede deberse sobre todo a razones operativas y técnicas; por ejemplo, si el medio renovó el registro de dominio y cambio de compañía proveedora de ese servicio es muy probable que la fecha que aparece no coincida con la que se hace pública en el medio.

En este informe se registraron en la ficha informativa los dos datos: fecha de registro de dominio y fecha de fundación o lanzamiento del medio. Como referencia para la antigüedad se tomó en cuenta la que se señala en el sitio como fecha de lanzamiento o fundación, cuando no se hacía referencia a ese dato de manera oficial se tomó como fecha de fundación la que aparecía en el registro del dominio. Se consideraron para este informe los sitios *web* lanzados o fundados a partir de enero de 2012 con el fin de garantizar que tuvieran al menos tres años de antigüedad.

Uno de los datos más difíciles de localizar y de confirmar fue el del fundador del medio, pues hubo casos como el de *Proyecto Diez* en que la información no se localizó en ninguna parte del sitio *web* ni en buscadores de Internet. Por tal razón se verificó esa información a través de llamadas telefónicas que se hicieron directamente a los colaboradores del medio.

La información sobre las características del medio en línea (frecuencia de actualización, tipo de información, manejo de recursos multimedia, redes sociales, entre otros), se obtuvo a partir de la observación y exploración de las páginas de cada sitio *web*. En el caso de las redes sociales se consideró relevante incluir el dato sobre el número de seguidores que tenía cada medio porque es un indicador sobre el nivel de presencia que este tiene entre los usuarios de Internet.

Por último, en la parte de observaciones, se hacen anotaciones sobre datos e información que se consideró relevante mencionar, ya sea para tener un perfil más amplio del medio o para entender algún aspecto del sitio *web* que no aparece en las otras dos partes de la ficha descriptiva.

Debido a que el objetivo primario de este informe era documentar y describir las características generales de los nuevos medios informativos en línea del área metropolitana de Guadalajara, no se hizo ningún tipo de análisis de contenido sobre los sitios *web* observados, por tal razón consideramos que este puede ser un trabajo preliminar que sirva de base para la realización de estudios analíticos más profundos que ayuden a conocer y entender mejor el complejo y cambiante universo de los medios de comunicación periodística en nuestra región.

## PERFIL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LÍNEA DE LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA

En las tablas 2.2 a 2.10 se presentan en orden alfabético por nombre del medio las fichas descriptivas del perfil general de cada sitio *web* observado. Al final aparecen las conclusiones sobre las características de los medios de comunicación en línea de la zona metropolitana de Guadalajara.

## CONCLUSIONES: MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LÍNEA ALTERNATIVOS Y ESPECIALIZADOS

De la información recabada en las fichas descriptivas de cada medio se infieren algunas conclusiones que permiten conocer de manera general cuáles son las características de la oferta de medios de comunicación en línea de la zona metropolitana de Guadalajara.

De los nueve sitios *web* observados solo uno de ellos es de información general, todos los demás se especializan en una o varias temáticas: predominan los sitios *web* con información sobre temas culturales: *Artículo Siete*, *Radio Centinela* y *Periodismo Transversal*; *El Respetable* y *Conciencia Pública* se especializan en política; *Verde Bandera* cubre temas sobre medio ambiente y ecología; *El Lado Bueno* difunde noticias positivas sobre cualquier temática, y *Axópolis* centra su agenda informativa en asuntos relacionados con los negocios y las empresas. Solo *Radio Centinela* es un medio en línea que difunde el cien por ciento de sus contenidos en audio.

Ocho de los nueve medios descritos fueron fundados por periodistas, con experiencia en medios tradicionales

**TABLA 2.2 PERFIL BÁSICO DEL MEDIO EN LÍNEA ARTÍCULO SIETE**

1. Datos de la organización		
Nombre del medio	Artículo Siete	
Dirección URL del medio	http://articulosiete.com/portal	
Propietario del dominio	María del Pilar Morones	
Fecha de registro	19 de enero de 2012	
Fundador	19 de enero de 2012	
Fecha de fundación o lanzamiento	19 de enero de 2012	
Eslogan del medio	No es cuento, es crónica	
Ubicación	Guadalajara, Jalisco, México	
Nombres que aparecen en el directorio		
Nombre	Puesto	Correo electrónico
Cecilia Márquez	Director general	
Javier Jaimes	Dirección de ventas	
Moisés Azcorra	Dirección de información	
Diana Paola Ruiz	Dirección de mercado- tecnia	
Eloísa Anguiano Ávila	Dirección de diseño / Webmaster	
Arturo Monjarás	Dirección de redes sociales	
Sara Ruiz Macemin	Dirección de producción	
Alejandro Almazán	Asesor editorial	
Gisela López, David Rizo, Etna Arriero	Periodistas	
Jade Ramírez, Diego E. Osorno, Javier Valdés, Julio Ríos, Jorge Orendáin, Mauricio Ferrer, Priscila Hernández, Enrique Blanc, entre otros.	Colaboradores	



**TABLA 2.2 CONTINUACIÓN**

2. Características del medio en línea					
Acceso	Gratuito	<input checked="" type="checkbox"/>	Pago por suscripción	<input type="checkbox"/>	
Frecuencia de actualización	Permanente	<input type="checkbox"/>	Diario	<input type="checkbox"/>	Variable <input checked="" type="checkbox"/>
Tipo de información	General	<input checked="" type="checkbox"/>	Especializada en	Cultura, historia y sociedad	
Manejo de recursos multimedia	Audio	<input type="checkbox"/>	Video	<input type="checkbox"/>	Gráficos e imagen <input checked="" type="checkbox"/>
Interacción con usuarios	Foros y Chat	<input type="checkbox"/>	Sistema de comentarios	<input checked="" type="checkbox"/>	Denuncia ciudadana <input type="checkbox"/>
Cuentas de redes sociales	Facebook	<input checked="" type="checkbox"/>	Twitter	<input checked="" type="checkbox"/>	YouTube <input type="checkbox"/>
	Seguidores	2,042	Seguidores	4,705	Suscriptores
3. Observaciones					
<p>No existe en el sitio web información oficial sobre la fecha de fundación del medio, por tal razón se tomó en cuenta la fecha de registro del dominio. Aunque no es oficial, puede deducirse que la directora del medio, Cecilia Márquez, es también la fundadora. Ella fue conductora de noticiarios en el Canal 44 de la Universidad de Guadalajara y en el Canal 7 del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión; también fue conductora del informativo local matutino en la estación de radio de MVS Jalisco, perteneciente a Grupo Promomedios Radio.</p>					
Fecha de consulta		24 de enero de 2015			

**TABLA 2.3 PERFIL BÁSICO DEL MEDIO EN LÍNEA AXÓPOLIS**

1. Datos de la organización					
Nombre del medio		Axópolis			
Dirección URL del medio		http://www.axopolis.com/			
Propietario del dominio		Daniel García González			
Fecha de registro		31 de mayo de 2012			
Fundador		No se localizó el dato			
Fecha de fundación o lanzamiento		Enero de 2012 (en información oficial del sitio)			
Eslogan del medio		Punto de Reunión y Contacto			
Ubicación		Jalisco, México			
Nombres que aparecen en el directorio					
Nombre		Puesto		Correo electrónico	
Laura Gutiérrez Franco		Reportera			
2. Características del medio en línea					
Acceso	Gratuito	<input checked="" type="checkbox"/>	Pago por suscripción	<input type="checkbox"/>	
Frecuencia de actualización	Permanente	<input type="checkbox"/>	Diario	<input type="checkbox"/>	Variable <input checked="" type="checkbox"/>
Tipo de información	General	<input type="checkbox"/>	Especializada en	Periodismo de negocios y empresarial (sectores productivos y de servicios)	
Manejo de recursos multimedia	Audio	<input type="checkbox"/>	Vídeo	<input type="checkbox"/>	Gráficos e imagen <input checked="" type="checkbox"/>
Interacción con usuarios	Foros y Chat	<input type="checkbox"/>	Sistema de comentarios	<input checked="" type="checkbox"/>	Denuncia ciudadana <input type="checkbox"/>
Cuentas de redes sociales	Facebook	<input checked="" type="checkbox"/>	Twitter	<input checked="" type="checkbox"/>	You Tube <input checked="" type="checkbox"/>
	Seguidores	465	Seguidores	238	Suscriptores 0
3. Observaciones					
<p>En la sección del sitio web “Quiénes somos” se señala que Axópolis surge como un sitio virtual de reunión y contacto, que busca difundir las acciones de organismos y personas que son la verdadera fuerza impulsora de Jalisco. No se localizó el dato sobre el director y fundador del medio. Laura Gutiérrez Franco firma prácticamente todas las notas del sitio web especializado en noticias de negocios y economía.</p>					
Fecha de consulta		31 de enero de 2015			

**TABLA 2.4 PERFIL BÁSICO DEL MEDIO EN LÍNEA**  
**CONCIENCIA PÚBLICA**

1. Datos de la organización		
Nombre del medio	Conciencia Pública	
Dirección URL del medio	http://concienciapublica.com.mx/	
Propietario del dominio	Gabriel Ibarra Bourjac (Publicaciones Tribuna Libre, SC)	
Fecha de registro	31 de febrero de 2009	
Fundador	Gabriel Ibarra Bourjac	
Fecha de fundación o lanzamiento	No se localizó el dato en la información oficial del sitio	
Eslogan del medio		
Ubicación	Avenida México #3370, Local 8 y 9 T, Guadalajara, Jalisco, México	
Nombres que aparecen en el directorio		
Nombre	Puesto	Correo electrónico
Gabriel Ibarra Bourjac	Director general	
José María Pulido	Subdirector general y editor	
Jorge Casillas Alatorre	Coordinador de ventas y marketing	
Simón Macías	Editor gráfico	
Ricardo Plascencia Mariscal	Asesor jurídico	
Sergio Barajas Larios y Elsy Elizondo Aldaz	Corrección de estilo	
Diego Morales y Mario Ávila	Reporteros	
Alejandro Almazán	Asesor editorial	
José Modesto Barros Romo	Editor web y colaborador	



2. Características del medio en línea						
Acceso	Gratuito	<input checked="" type="checkbox"/>	Pago por suscripción <input type="checkbox"/>			
Frecuencia de actualización	Permanente	<input type="checkbox"/>	Diario	<input type="checkbox"/>	Variable <input checked="" type="checkbox"/> Se actualiza cada semana, por ser un semanario en línea.	
Tipo de información	General	<input checked="" type="checkbox"/>	Especializada en	Política		
Manejo de recursos multimedia	Audio	<input type="checkbox"/>	Video	<input type="checkbox"/>	Gráficos e imagen	<input checked="" type="checkbox"/>
Interacción con usuarios	Foros y Chat	<input type="checkbox"/>	Sistema de comentarios	<input checked="" type="checkbox"/>	Denuncia ciudadana	<input type="checkbox"/>
Cuentas de redes sociales	Facebook	<input checked="" type="checkbox"/>	Twitter	<input checked="" type="checkbox"/>	You Tube	<input type="checkbox"/>
	Seguidores	3,930	Seguidores	6,295	Suscriptores	33
3. Observaciones						
<p>El medio en línea tiene su base en el impreso de edición semanal que tiene el mismo nombre. En las informaciones que se publican predominan los actores de la política local y regional de Jalisco. En la página web se puede bajar la versión impresa del semanario. El fundador ha sido columnista, editor y colaborador de medios impresos y electrónicos, entre ellos el diario <i>Ocho Columnas</i>.</p>						
Fecha de consulta		25 de enero de 2015				

**TABLA 2.5 PERFIL BÁSICO DEL MEDIO EN LÍNEA *EL LADO BUENO***

1. Datos de la organización					
Nombre del medio			El Lado Bueno		
Dirección URL del medio			http://elladobueno.com/		
Propietario del dominio			Gabriel Orihuela		
Fecha de registro			17 de abril de 2011		
Fundador			Gabriel Orihuela		
Fecha de fundación o lanzamiento			17 de abril de 2011		
Eslogan del medio			Noticias útiles y positivas		
Ubicación			Guadalajara, Jalisco, México		
Nombres que aparecen en el directorio					
Nombre		Puesto		Correo electrónico	
Gabriel Orihuela		Director general		contacto@elladobueno.com	
Elizabeth Ortiz		Editora			
Adriana Carrillo y Jehú		Reporteros			
2. Características del medio en línea					
Acceso	Gratuito	<input checked="" type="checkbox"/>	Pago por suscripción	<input type="checkbox"/>	
Frecuencia de actualización	Permanente	<input type="checkbox"/>	Diario	<input checked="" type="checkbox"/>	Variable <input type="checkbox"/>
Tipo de información	General	<input type="checkbox"/>	Especializada en	Noticias positivas	
Manejo de recursos multimedia	Audio	<input checked="" type="checkbox"/>	Vídeo	<input checked="" type="checkbox"/>	Gráficos e imagen <input checked="" type="checkbox"/>
Interacción con usuarios	Foros y Chat	<input type="checkbox"/>	Sistema de comentarios	<input type="checkbox"/>	Denuncia ciudadana <input type="checkbox"/>
Cuentas de redes sociales	Facebook	<input checked="" type="checkbox"/>	Twitter	<input checked="" type="checkbox"/>	YouTube <input checked="" type="checkbox"/>
	Seguidores	1,625	Seguidores	937	Suscriptores 12,202
3. Observaciones					
<p>Aunque el medio produce y publica contenidos exclusivos, la mayoría de ellos son agregados o provienen de otras fuentes o medios informativos. El fundador y director del medio trabajó en el periódico <i>Mural</i>, cubriendo las fuentes de negocios, también fue editor en el periódico impreso gratuito <i>Publimetro</i>. Actualmente es profesor universitario en la Universidad del Valle de Atemajac (Univa).</p>					
Fecha de consulta			22 de enero de 2015		

**TABLA 2.6 PERFIL BÁSICO DEL MEDIO EN LÍNEA EL RESPETABLE**[illegible]

**TABLA 2.6 CONTINUACIÓN**

2. Características del medio en línea						
Acceso	Gratuito	<input checked="" type="checkbox"/>	Pago por suscripción	<input type="checkbox"/>		
Frecuencia de actualización	Permanente	<input type="checkbox"/>	Diario	<input checked="" type="checkbox"/>	Variable	<input type="checkbox"/>
Tipo de información	General	<input type="checkbox"/>	Especializada en	Política		
Manejo de recursos multimedia	Audio	<input checked="" type="checkbox"/>	Vídeo	<input checked="" type="checkbox"/>	Gráficos e imagen	<input checked="" type="checkbox"/>
Interacción con usuarios	Foros y Chat	<input type="checkbox"/>	Sistema de comentarios	<input checked="" type="checkbox"/>	Denuncia ciudadana	<input type="checkbox"/>
Cuentas de redes sociales	Facebook	<input checked="" type="checkbox"/>	Twitter	<input checked="" type="checkbox"/>	YouTube	<input checked="" type="checkbox"/>
	Seguidores	18,434	Seguidores	9,059	Suscriptores	556
3. Observaciones						
<p>Este medio empezó como impreso con edición variable, principalmente quincenal. En la sección “¿Quiénes somos” de la página <i>web</i> se define al medio como una “revista política diaria” y se dice que buscan “hacer cada vez más popular el Internet como medio de transmisión de ideas”. El director y editor del sitio, Bruno López, trabajó en <i>Reforma</i> y ha colaborado en <i>El Universal</i> y <i>El Financiero</i>. Varios de sus colaboradores son periodistas con reconocida trayectoria en el periodismo local, también aparecen nombres de periodistas de Sonora, Zacatecas y Sinaloa. La edición impresa quincenal no está disponible en PDF en la página <i>web</i>, sin embargo se distribuye principalmente en oficinas de gobierno, en restaurantes y otros lugares donde socializan los actores políticos de la zona metropolitana de Guadalajara.</p>						
Fecha de consulta			25 de enero de 2015			

**TABLA 2.7 PERFIL BÁSICO DEL MEDIO EN LÍNEA**  
**PERIODISMO TRANSVERSAL**

1. Datos de la organización		
Nombre del medio	Periodismo Transversal	
Dirección URL del medio	http://periodismotransversal.com/	
Propietario del dominio	Sergio René de Dios Corona	
Fecha de registro	15 de diciembre de 2010	
Fundador	Sergio René de Dios Corona	
Fecha de fundación o lanzamiento	15 de diciembre de 2010	
Eslogan del medio	Cultura, análisis político, migración y salud	
Ubicación	Guadalajara, Jalisco, México	
Nombres que aparecen en el directorio		
Nombre	Puesto	Correo electrónico
Sergio René de Dios Corona	Director	periodismotransversal@gmail.com y sergiorenel@hotmail.com
Lucía Castillo	Editora	
Andrea Martínez	Editora	
Sofía López	Editora	
Anaid Torres	Reportera	
Tanya Casillas	Reportera	



**TABLA 2.7 CONTINUACIÓN**

2. Características del medio en línea						
Acceso	Gratuito	<input checked="" type="checkbox"/>	Pago por suscripción	<input type="checkbox"/>		
Frecuencia de actualización	Permanente	<input type="checkbox"/>	Diario	<input checked="" type="checkbox"/>	Variable	<input type="checkbox"/>
Tipo de información	General	<input type="checkbox"/>	Especializada en	Cultura, análisis político, migración y salud		
Manejo de recursos multimedia	Audio	<input checked="" type="checkbox"/>	Video	<input checked="" type="checkbox"/>	Gráficos e imagen	<input checked="" type="checkbox"/>
Interacción con usuarios	Foros y Chat	<input type="checkbox"/>	Sistema de comentarios	<input checked="" type="checkbox"/>	Denuncia ciudadana	<input type="checkbox"/>
Cuentas de redes sociales	Facebook	<input checked="" type="checkbox"/>	Twitter	<input checked="" type="checkbox"/>	YouTube	<input checked="" type="checkbox"/>
	Seguidores	977	Seguidores	206	Suscriptores	5
3. Observaciones						
<p>En la información oficial del medio se enuncia que tiene como objetivo producir material multimedia que “contribuya a informar, reflexionar y profundizar sobre acontecimientos de trascendencia para nuestro país y el mundo, desde una perspectiva crítica, creativa e independiente”. El director y fundador, Sergio René de Dios Corona, trabajó en <i>Siglo 21 y Público</i>, entre otros medios impresos y radiofónicos. Es un periodista con una amplia y reconocida trayectoria. Actualmente se desempeña también como académico en distintas instituciones educativas de la zona metropolitana de Guadalajara y coordina la Licenciatura en Periodismo y Comunicación Pública en el ITESO.</p>						
Fecha de consulta			25 de enero de 2015			

**TABLA 2.8 PERFIL BÁSICO DEL MEDIO EN LÍNEA *PROYECTO DIEZ***

1. Datos de la organización		
Nombre del medio	Proyecto Diez	
Dirección URL del medio	http://www.proyectodiez.mx/	
Propietario del dominio	Pilar Martínez Reyes	
Fecha de registro	31 de mayo de 2012	
Fundador	Felipe Cobián Rosales, Víctor López, Julio Ríos, Jonathan Lomelí y Jorge G. Naredo	
Fecha de fundación o lanzamiento	Abril de 2011	
Eslogan del medio	Periodismo con memoria	
Ubicación	Tlaquepaque, Jalisco, México	
Nombres que aparecen en el directorio		
Nombre	Puesto	Correo electrónico
Jorge Gómez Naredo	Editor general y coordinador de reportajes especiales	periodismotransversal@gmail.com y sergiorenel@hotmail.com
Frida Rodelo	Editora de opinión	
César Octavio Huerta	Jefe de información	
Alejandra Leyva	Coordinadora de fotografía	
José Leos	Coordinador de video	
Grecia Osuna	Reportera	
Cintha Gómez	Reportera	
Jardiel Legaspi Gutiérrez	Reportera	
Debra Figuera	Reportera	
Esteban Contreras, Guadalupe Morfín, Rossana Reguillo, Jorge Rocha, Arturo Navarro, Jaime Avilés, Mario Guzmán, Alfredo Hidalgo, Adrián Guerrero, entre otros.	Colaboradores	

**TABLA 2.8 CONTINUACIÓN**

2. Características del medio en línea						
Acceso	Gratuito	<input checked="" type="checkbox"/>	Pago por suscripción	<input type="checkbox"/>		
Frecuencia de actualización	Permanente	<input type="checkbox"/>	Diario	<input checked="" type="checkbox"/>	Variable	<input type="checkbox"/>
Tipo de información	General	<input type="checkbox"/>	Especializada en	Política y cultura		
Manejo de recursos multimedia	Audio	<input checked="" type="checkbox"/>	Video	<input checked="" type="checkbox"/>	Gráficos e imagen	<input checked="" type="checkbox"/>
Interacción con usuarios	Foros y Chat	<input type="checkbox"/>	Sistema de comentarios	<input type="checkbox"/>	Denuncia ciudadana	<input type="checkbox"/>
Cuentas de redes sociales	Facebook	<input checked="" type="checkbox"/>	Twitter	<input checked="" type="checkbox"/>	YouTube	<input checked="" type="checkbox"/>
	Seguidores	38,978	Seguidores	16,496	Suscriptores	261
3. Observaciones						
<p>El nombre del medio tiene su origen en el <i>Semanario Diez</i>, fundado en septiembre de 1981 por un grupo de periodistas que habían sido despedidos de Notisistema, entre ellos se encontraba Felipe Cobián Rosales, fundador del medio en línea y quien fue corresponsal de <i>Excelsior</i> y de <i>La Jornada</i>; actualmente es coordinador de información en <i>Proceso Jalisco</i>. Los otros precursores del sitio web también son periodistas con trayectoria en medios regionales: Víctor López fue reportero de <i>Proceso Jalisco</i> y es colaborador de la revista <i>Replicante</i> y <i>animalpolitico.com</i>; Julio Ríos fue reportero de <i>Proceso Jalisco</i> y colabora en la <i>Gaceta de la Universidad de Guadalajara</i>; Jonathan Lomeli fue reportero de <i>Mural</i>, editor web de <i>proyectodiez.mx</i> y en la actualidad es jefe de información de <i>El Informador</i>; Jorge Gómez Naredo fue reportero de <i>La Jornada Jalisco</i>, es doctor en Ciencias Sociales por el CIESAS y ganador en tres ocasiones del Premio Jalisco de Periodismo en la categoría de crónica. El medio enuncia como principios básicos de su quehacer informativo los siguientes: independencia periodística, lealtad al lector, estricta verificación de fuentes y el “análisis y colaboración con los usuarios de las redes sociales, frente a los grandes consorcios mediáticos del país”.</p>						
Fecha de consulta			25 de enero de 2015			

**TABLA 2.9 PERFIL BÁSICO DEL MEDIO EN LÍNEA RADIO CENTINELA**

1. Datos de la organización						
Nombre del medio			Radio Centinela			
Dirección URL del medio			www.radiocentinela.com			
Propietario del dominio			Talía Zepeda Ponce			
Fecha de registro			22 de noviembre de 2010			
Fundador			Talía Zepeda Ponce			
Fecha de fundación o lanzamiento			1 de septiembre de 2010			
Eslogan del medio			Cultura y desarrollo comunitario			
Ubicación			Bosques del Centinela, Zapopan, Jalisco, México			
Nombres que aparecen en el directorio						
Nombre			Puesto		Correo electrónico	
Talía Zepeda Ponce			Director general		talía.zepeda@gmail.com	
2. Características del medio en línea						
Acceso	Gratuito	<input checked="" type="checkbox"/>	Pago por suscripción <input type="checkbox"/>			
Frecuencia de actualización	Permanente	<input type="checkbox"/>	Diario	<input checked="" type="checkbox"/>	Variable	<input type="checkbox"/>
Tipo de información	General	<input type="checkbox"/>	Especializada en	Cultura y desarrollo comunitario		
Manejo de recursos multimedia	Audio	<input checked="" type="checkbox"/>	Video	<input checked="" type="checkbox"/>	Gráficos e imagen	<input checked="" type="checkbox"/>
Interacción con usuarios	Foros y Chat	<input type="checkbox"/>	Sistema de comentarios	<input checked="" type="checkbox"/>	Denuncia ciudadana	<input type="checkbox"/>
Cuentas de redes sociales	Facebook	<input checked="" type="checkbox"/>	Twitter	<input checked="" type="checkbox"/>	YouTube	<input checked="" type="checkbox"/>
	Seguidores	1,421	Seguidores	265	Suscriptores	137
3. Observaciones						
<p>En su página web se informa al usuario que <i>Radio Centinela</i> es una organización sin fines de lucro y se define como un proyecto de desarrollo educativo, comunitario y de comunicación pública que gira en torno a la estación de radio por Internet. La directora, Talía Zepeda Ponce, es directora de producción de Radio Universidad de Guadalajara..</p>						
Fecha de consulta			25 de enero de 2015			

**TABLA 2.10 PERFIL BÁSICO DEL MEDIO EN LÍNEA VERDE BANDERA**

[illegible]



2. Características del medio en línea						
Acceso	Gratuito	<input checked="" type="checkbox"/>	Pago por suscripción	<input type="checkbox"/>		
Frecuencia de actualización	Permanente	<input type="checkbox"/>	Diario	<input type="checkbox"/>	Variable	<input checked="" type="checkbox"/>
Tipo de información	General	<input type="checkbox"/>	Especializada en	Periodismo ambiental		
Manejo de recursos multimedia	Audio	<input checked="" type="checkbox"/>	Video	<input checked="" type="checkbox"/>	Gráficos e imagen	<input checked="" type="checkbox"/>
Interacción con usuarios	Foros y Chat	<input type="checkbox"/>	Sistema de comentarios	<input checked="" type="checkbox"/>	Denuncia ciudadana	<input type="checkbox"/>
Cuentas de redes sociales	Facebook	<input checked="" type="checkbox"/>	Twitter	<input checked="" type="checkbox"/>	YouTube	<input checked="" type="checkbox"/>
	Seguidores	10,691	Seguidores	720	Suscriptores	60
3. Observaciones						
<p>En la sección “Quiénes somos” se señala que “la visión del periodismo de Verdebandera es publicar temas locales con enfoque global, y temas globales con enfoque local, en el entendido de que en materia de medio ambiente las acciones de cada ser humano y de cada comunidad tienen repercusiones más allá del sitio donde se realizan”. El director del sitio web, Sergio Hernández Márquez fue periodista de <i>Siglo 21</i> y de <i>Mural</i>. Agustín del Castillo trabajó en <i>Siglo 21</i>, <i>Público</i> y actualmente trabaja en <i>Milenio Jalisco</i>. Cabe señalar que el medio en línea ganó en 2012 y 2013 el Premio Estatal de Periodismo en la categoría Periodismo Digital.</p>						
Fecha de consulta			25 de enero de 2015			

como reporteros, editores, productores o columnistas. Solo *Axópolis* (no se localizó el dato de su fundador) fue impulsado por alguien sin experiencia conocida en el periodismo.

La mayoría de los periodistas que fundaron un medio en línea tienen trayectorias reconocidas, pues trabajaron y se formaron en medios impresos y electrónicos de la zona metropolitana. Lo anterior deja ver que existe el interés y la necesidad por parte de los informadores de tener su propio espacio informativo en la red. Otra generalidad que se observa es que en algunos casos el medio es producto del esfuerzo personal de sus fundadores, son los casos de *Periodismo Transversal*, *Verde Bandera*, *El Lado Bueno* y *Radio Centinela*, medios que se sostienen con equipos pequeños, conformados por practicantes y amigos.

La especialización en la cobertura de temas o asuntos de interés público en el periodismo en línea es también una característica generalizada que se refleja en el sistema de medios de la zona metropolitana de Guadalajara; esta tendencia generalmente se aprecia en proyectos informativos que carecen de un respaldo financiero fuerte, pues para un medio pequeño resulta muy oneroso tener la capacidad operativa de dar cobertura diaria a todos los asuntos y acontecimientos de una región o localidad.

Todos los sitios *web* analizados son de acceso gratuito. *El Respetable* y *Proyecto Diez* actualizan a diario sus contenidos, *Conciencia Pública* renueva su información cada semana y los seis sitios *web* restantes tienen una frecuencia de actualización variable.

En términos generales, se puede concluir que los medios explorados no aprovechan al máximo las herramientas tecnológicas ni las aplicaciones que les permitirían establecer

una mayor interacción y comunicación con los usuarios de los sitios *web*, pues pese a que todos estos tienen cuentas en las redes sociales de Facebook y Twitter, se observó que rara vez las utilizan para estimular la interacción y la participación de los seguidores, más bien las usan para distribuir contenidos.

Lo mismo sucede con YouTube, red social con menos suscriptores en relación con el número de usuarios que cada medio tiene en las otras dos redes; aquí se observan dos casos extremos: Por un lado están *Artículo Siete* (que no tiene cuenta), *Axópolis* (sin suscriptores) y *Periodismo Transversal* (con cinco suscriptores), y por el otro lado está *El Lado Bueno* (con 12,202 suscriptores), lo que ilustra el desnivel que existe en el aprovechamiento de esta herramienta comunicativa por parte de los medios en línea de la zona metropolitana de Guadalajara (véase la tabla 2.11).

El sistema de comentarios de contenidos lo usan siete de los medios en línea examinados. Ninguno utiliza espacios para la denuncia ciudadana, tampoco manejan chats ni foros, pese a que estos dos mecanismos se consideran los más idóneos para incentivar la participación directa de los ciudadanos en un medio, al permitirles, por ejemplo, proponer temas para coberturas informativas, participar en conversaciones con invitados a la redacción y hacer preguntas en tiempo real a editores y reporteros (véase la tabla 2.12).

De los nueve medios en línea revisados, el que menos utiliza recursos multimedia es *Axópolis*, pues la presentación de sus contenidos es plana al difundir principalmente textos, muchos de ellos sin hipervínculos, lo que indica que tampoco aplica de manera óptima la hipertextualidad. *Conciencia Pública* y *El Respetable* también presentan mu-



**TABLA 2.11 USO DE REDES SOCIALES EN LOS MEDIOS EN LÍNEA DE LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA**

Nombre del medio	Seguidores Facebook	Seguidores Twitter	Suscriptores YouTube
Artículo Siete	2,042	4,705	No tiene canal
Axópolis	465	238	0
Conciencia Pública	3,930	6,295	33
El Lado Bueno	1,625	938	12,202
El Respetable	18,434	9,059	556
Periodismo Transversal	977	206	5
Proyecto Diez	38,978	16,496	261
Radio Centinela	1425	265	137
Verde Bandera	10,621	720	60
Fecha de consulta y monitoreo: 22 al 25 de enero de 2015			

**TABLA 2.12 USO DE HERRAMIENTAS PARA LA INTERACCIÓN CON USUARIOS**

Nombre del medio	Foros y chat	Sistema de comentarios	Denuncia ciudadana	Contacto (correo)	Suscripción / boletín
Artículo Siete	No tiene	X	No tiene	No tiene	No tiene
Axópolis	No tiene	X	No tiene	X	No tiene
Conciencia Pública	No tiene	X	No tiene	X	X
El Lado Bueno	No tiene	No tiene	No tiene	No tiene	X
El Respetable	No tiene	X	No tiene	No tiene	X
Periodismo Transversal	No tiene	X	No tiene	No tiene	X
Proyecto Diez	No tiene	No tiene	No tiene	X	X
Radio Centinela	No tiene	X	No tiene	No tiene	No tiene
Verde Bandera	No tiene	X	No tiene	X	No tiene
Fecha de consulta y monitoreo: 22 al 25 de enero de 2015					

chos de sus contenidos en texto plano, sin aplicar incluso criterios básicos de la escritura para la *web*, como son el uso de palabras clave, la redacción de párrafos cortos y uso de hipervínculos, entre otros. Por la naturaleza del medio, *Radio Centinela* presenta sus contenidos solo en audio.

*Verde Bandera*, *Artículo Siete* y *Proyecto Diez* son los dos medios que más utilizan recursos multimedia. El resto de los medios aprovechan medianamente los recursos multimedia y presentan algunos de sus contenidos con gráficos, videos e imágenes, casi siempre intercaladas en el texto.

A pesar de que los medios de comunicación en línea aquí descritos no cuentan con la infraestructura financiera, tecnológica y operativa que les permita competir con los grandes medios de la región, en este estudio concluimos que estos y todos aquellos sitios *web* con características similares o muy parecidas son canales informativos alternos por el simple hecho de ser espacios independientes de los medios impresos y electrónicos, y por ofrecer información distinta y exclusiva en Internet, aspectos que —lo planteamos como hipótesis— podrían estar reconfigurando el sistema de medios de Jalisco.

## REFERENCIAS

- Castells, M. (2012). *Comunicación y poder*. México: Siglo XXI Editores.
- Jarque Muñoz, M., y Almiron Roig, N. (2008). “Periodismo para Internet o periodismo, y punto”. En *Palabra Clave. Revista de Comunicación*, V. II, No. 2, diciembre de 2008. Bogotá: Universidad de la Sabana. Disponible en PDF. Recuperado el 17 de enero de 2015 de: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1426/1562>

- Orihuela, J. L. (2004). “Los 10 Paradigmas de la e-Comunicación”. Texto publicado en línea. Disponible en PDF. Recuperado el 18 de enero de 2015 de: <http://www.agetec.org/ageteca/Los%2010Paradigmas%20de%20la%20e-Comunicacion.pdf>
- Paláu Cardona, S. y Larrosa-Fuentes, J. (2014). *Manual Para la Observación de Medios*. México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).
- Salaverría A., R. (2005). “Hipertexto periodístico: mito y realidad”. Memorias del III Congreso Internacional de Comunicación y Realidad. Depósito Académico Digital de la Universidad de Navarra, 517–524. Disponible en PDF. Recuperado el 9 de enero de 2015 de: [http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5095/1/tripodos2005\\_hipertexto\\_periodistico.pdf](http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5095/1/tripodos2005_hipertexto_periodistico.pdf)
- Salaverría, R., y García Avilés, J. A. (2008). “La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo”. *Revista Trípodos*, No. 23. Barcelona. Disponible en PDF. Recuperado el 10 de enero de 2015 de: <http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/5071/1/154114.pdf>
- Victoria Mas, J. S. (2010). “El modelo ideal de interactividad es la conversación”. Entrevista a José Luis Orihuela. *Revista Icono14* [en línea]. 15 de enero de 2010, No. 15, pp. 320–325. Disponible en PDF. Recuperado el 9 de enero de 2015 de: <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/298/175>

## ***Periodismo religioso en Jalisco***

FELIPE DÍAZ Y ENRIQUE GUDIÑO CHONG

Daremos cuenta en este trabajo de la existencia de los medios religiosos en Jalisco, la mayoría relativamente jóvenes y que, por su desarrollo, impacto, cobertura e importancia cumplen con los objetivos originales para los que fueron creados; en la actualidad varios de ellos continúan creciendo.

Estos medios difunden contenidos especializados (Serrano Ocea, citado en Fernández, 2004) que requieren de un tratamiento específico por tratarse de las opiniones o posturas críticas u oficiales de instituciones católicas, sobre todo de la Iglesia.

En Jalisco hay dos medios escritos: *El Semanario*, con oficinas en la capital del estado, y *El Puente*, con oficinas en Ciudad Guzmán; una radiodifusora, Radio María, en Zapopan, con estaciones de radio en las bandas de amplitud modulada y frecuencia modulada, y una cadena televisiva, María Visión, en la cabecera municipal de Zapopan.

En las tablas 3.1 a 3.4 se muestran las características generales de cada medio.

### EXPOSICIÓN DE MEDIOS

En un comparativo de medios religiosos, se puede observar las distintas características de cada medio y el tipo de programación que tienen (véase la tabla 3.5).

**TABLA 3.1 MEDIO ESCRITO: EL SEMANARIO**

Datos de la organización	
Nombre del medio	<i>El Semanario</i>
Fundador y propietario	Arquidiócesis de Guadalajara, por iniciativa del cardenal Juan Sandoval Íñiguez
Fecha de fundación	24 de enero de 1997
Formación	Diocesana católica
Tipo de empresa	Sociedad de responsabilidad limitada
Colaboradores	Trabajadores que perciben un salario y voluntarios, donde 70% son empleados y 30% voluntarios
Ubicación	Guadalajara, Jalisco
Periodicidad	Semanal, con tiraje de 37,000 a 40,000 ejemplares
Cobertura	En el estado de Jalisco, con 900 puntos de venta
Costo	10 pesos
Cuenta con página de Internet	Sí. Por esta vía con cobertura nacional e internacional
Ingresos	Por venta de ejemplares y espacios de publicidad en edición previa autorización
Fin	Es un órgano de formación e información de la visión católica
Dirección electrónica	<a href="http://www.semanario.com.mx/ps/">http://www.semanario.com.mx/ps/</a>

**TABLA 3.2 MEDIO ESCRITO: EL PUENTE**

Datos de la organización	
Nombre del medio	<i>El Puente</i>
Fundador y propietario	Equipo de Animación Misionera, por iniciativa de los presbíteros José Preciado y Salvador Gómez
Fecha de fundación	27 de noviembre de 1997
Formación	Diocesana católica
Tipo de empresa	Actualmente es una asociación sin fines de lucro y está pendiente su registro ante la autoridad correspondiente
Colaboradores	Voluntarios y de administración; 80% voluntarios y 20% personal administrativo que percibe honorarios o gastos de edición
Ubicación	Ciudad Guzmán, Jalisco
Periodicidad	Mensual, 9,000 ejemplares
Cobertura	Vicaría de Ciudad Guzmán, Jalisco, parroquias del sur de Jalisco y parte del estado de Colima
Costo	5 pesos
Cuenta con página de Internet	Sí. Por esta vía con cobertura nacional e internacional
Ingresos	Por venta de ejemplares. Ingresos usados para gastos de administración y elaboración de la siguiente edición
Fin	Medio que expone las experiencias de las misiones católicas y que sirve de “puente” (como su nombre lo indica) para estar en contacto con la situación real que se vive en el acontecer religioso en el estado de Chiapas y de las cuestiones sociales de actualidad
Dirección electrónica	<a href="http://www.elpuente.org.mx/">http://www.elpuente.org.mx/</a>

**TABLA 3.3 MEDIO DE RADIO: RADIO MARÍA**

Datos de la organización	
Nombre del medio	Radio María
Frecuencias	AM y FM, en las frecuencias 920 AM y 920 FM
Fundador y propietario	Por iniciativa del papa Juan Pablo II y por los directores de Radio María en Italia, se establece en Zapopan, Jalisco, en coordinación con la Arquidiócesis de Guadalajara, para venerar a la Virgen de Zapopan
Fecha de fundación	31 de mayo de 2003
Formación	Diocesana católica
Tipo de empresa	Asociación civil sin fines de lucro
Colaboradores	100% voluntarios
Ubicación	Zapopan, Jalisco
Periodicidad	Diaria con programación las 24 horas del día
Cobertura	Zona conurbada de Guadalajara y municipios cercanos, así como en Puerto Vallarta y Tamazula, Jalisco; Colima, Colima; Mérida, Yucatán; Campeche, Campeche; Villa Hermosa, Tabasco; Culiacán, Sinaloa; Oaxaca, Oaxaca, y San Luis Potosí, San Luis Potosí
Radioescuchas	Aproximadamente 7'660,000
Cuenta con página de Internet	Sí. Por esta vía con cobertura nacional e internacional
Ingresos	Por donativos exclusivamente, que son deducibles de impuestos y por ser donaciones son usados únicamente para los gastos de administración y expansión del medio
Fin	Evangelización católica por medio de la radio y fomento de la fe católica; es un medio de apoyo a la población y al que lo necesite en oración, así como de orientación y apoyo psicológico y moral por medio de los programas de radio
Dirección electrónica	<a href="http://www.radiomariamexico.com/">http://www.radiomariamexico.com/</a>

**TABLA 3.4 MEDIO DE TELEVISIÓN: MARÍA VISIÓN**

Datos de la organización	
Nombre del medio	María Visión
Fundador y propietario	Creado por iniciativa de Alejandro Burillo y su esposa Mónica Alemán
Fecha de fundación	1 de noviembre de 1993
Formación	Diocesana católica
Tipo de empresa	Asociación civil sin fines de lucro
Colaboradores	70% voluntarios y 30% de personal administrativo que percibe ingresos. El resto de colaboradores de edición son voluntarios
Ubicación	Inicialmente en el Distrito Federal; en 2006 se traslada a Zapopan, Jalisco
Cobertura	Nacional, vía televisión por cable
Cuenta con página de Internet	Sí. Por esta vía con cobertura nacional e internacional
Ingresos	Exclusivamente por donaciones deducibles de impuestos
Fin	Evangelizador católico así como de apoyo en la fe y la oración
Dirección electrónica	<a href="http://www.mariavision.com/">http://www.mariavision.com/</a>



**TABLA 3.5 COMPARATIVO DE MEDIOS**

Ficha	<i>El Semanario</i>	<i>El Puente</i>	<i>Radio María</i>	<i>María Visión</i>
Lugar de origen	Guadalajara, Jalisco	Ciudad Guzmán, Jalisco	Zapopan, Jalisco	Zapopan, Jalisco
Director	Padre Pedro Rodríguez González, presidente del consejo editorial y responsable como director y director en jefe	Padre Luis Antonio Villalvazo	Padre José Antonio Luna Casillas	Alejandro Burillo, presidente; Luis Rodolfo Arellano, director general México; cura Salvador Serrano Aguilar, director espiritual
Consejo Editorial	Padre Pedro Rodríguez González, Carlos Lara López, Alberto Ávila Rodríguez, Guillermo Chávez Aguayo, Adalberto González González, Antonio Gutiérrez Montaña, Mauricio Martínez Tamayo, Juan Javier Padilla Cervantes, Ricardo González Moreno, Román Ramírez Carrillo, J. Jesús Parada Tovar, Sonia Gabriela Ceja Ramírez, Mónica Livier Alcalá Gómez, Dulce Natalia Romero Cruz	Padre Salvador Uribe, padre José Sánchez Sánchez, Carlos Efrén Rangel y Jorge Rocha Quintero	Padre José Antonio Luna Casillas	No especificado, ya que se autorizan programas por medio de una evaluación, revisión e impacto desde la producción del mismo programa. Esto es así, aunque los recursos utilizados para la misma producción de algún programa son desde el voluntariado, previamente autorizado

Ficha	<i>El Semanario</i>	<i>El Puente</i>	<i>Radio María</i>	<i>María Visión</i>
Colaboradores	Diversos laicos, sacerdotes y voluntarios	Padre Alfonso Monreal, padre Lorenzo Guzmán, padre Juan Manuel Hurtado, padre Francisco Mejía, Mónica Barragán, María de Jesús Ramírez, Ruth Barragán, Alfonso Sánchez, Carlos Cordero, José Luis Ruiz, Vicente Ramírez	Voluntarios diversos	Voluntariado
Tipo de edición	Gráfico y web	Gráfico y web	Radio AM y FM	Apoyo directo a misiones, y personas con necesidades de apoyo espiritual por medio de La línea espiritual, las 24 horas del día
Temporalidad de publicación	Semanal	Mensual	24 horas del día	24 horas del día

**TABLA 3.5 CONTINUACIÓN**

<b>Ficha</b>	<b>El Semanario</b>	<b>El Puente</b>	<b>Radio María</b>	<b>María Visión</b>
Princi- pales temas del medio	Clericales y políticos del momento desde una visión realista con el equilibrio de la diversidad en opinión	Vista clerical- religiosa de temas de conciencia misionera y su im- portancia clerical, así como de temas políticos nacionales e internacionales, la situación de Chiapas, y temas religiosos de la diócesis de Ciudad Guzmán y su hermana de San Cristóbal de las Casas, Chiapas	Evangelización por medio de la radio, esperanza y fe al que lo requiera por medio del apoyo del voluntariado conforme a las instrucciones del papa Juan Pablo II a realizar una actividad evangelizadora por el mundo que estuviera autorizada por la Iglesia	Nueva evangeliza- ción de la Iglesia católica con anuencia del papa Juan Pablo II. Anunciar a Jesucristo con la sencillez propia del Evangelio.
				Promover los valores morales y espiritua- les, sustento, pilar y referencia de toda acción humana

Ficha	<i>El Semanario</i>	<i>El Puente</i>	<i>Radio María</i>	<i>María Visión</i>
Sección	Múltiples de editorial, reflexión, oración y temas de actualidad	A tiempo con el tiempo, secciones 1 página, secciones 2 páginas, reflejo internacional, miradas y contraportada	Programación diversa en relación con la palabra de Dios en el día y programas de fomento de la fe, entendimiento y razón, por medio de personas autorizadas por el medio a realizarlos	Anunciar a Jesucristo con la sencillez propia del Evangelio. Promover los valores morales y espirituales, sustento, pilar y referencia de toda acción humana. Compartir el tesoro de la fe, expresado en la Sagrada Escritura. Promover la dignidad de la persona humana, sin distinción alguna
Secciones	Diversos temas de interés estatal y nacional, así como de eventos y misiones católicas.	Hagamos memoria, Página viva, Raíces, pinceladas, Luz y fermento, Pulso vicarial	Diversas de acuerdo con la programación autorizada por el comité de producción	• Defender a la familia de los peligros que la asedian y desvirtúan.
				• Promover una cultura del amor, fundada en la concepción de la hermandad del género humano.

**TABLA 3.5 CONTINUACIÓN**

Ficha	<i>El Semanario</i>	<i>El Puente</i>	<i>Radio María</i>	<i>María Visión</i>
				• Desarrollar proyectos autosustentables, orientados a los segmentos sociales más desprotegidos y necesitados
Rating o cantidad de tiraje de la principal publicación	37,000 a 40,000 ejemplares semanales	9,000 ejemplares	Audiencia potencial de: 7'660,310 radioescuchas	Nacional e Internacional
Co- bertura geográfica	Zona metropolitana de Guadalajara y municipios circunvecinos	Ciudad Guzmán (sur de Jalisco) y seis vicarías que le corresponden	Zona conurbada de Guadalajara, Puerto Vallarta y Tamazula, Jalisco; Culiacán, Sinaloa; Villa Hermosa, Tabasco; Campeche, Campeche; Oaxaca, Oaxaca, y Mérida, Yucatán	México (nacional), América Latina, Estados Unidos, Europa y norte de África, las 24 horas del día

Ficha	<i>El Semanario</i>	<i>El Puente</i>	<i>Radio María</i>	<i>María Visión</i>
Fundación	24 de enero de 1997 por el cardenal Juan Sandoval Íñiguez. Órgano de formación e información católica, Semanario Arquidiocesano de Guadalajara	27 de noviembre de 1997 por el equipo de Animación Misionera. Primera publicación en enero de 1998 por equipo misionero de apoyo, y los presbíteros José Preciado y Salvador Gómez	31 de mayo de 2003, fecha de su inauguración con el nombre de Radio María, en la frecuencia que actualmente sigue vigente por el 920 am	1 de noviembre del 1993, por Emilio Burillo y Mónica Alemán, se funda primero con el nombre de Clara Visión y con la venia del obispo Alfredo Torres Romero. El 2 de febrero de 2006 se trasladan de la ciudad de México a Zapopan, Jalisco, por el fervor creyente de la virgen de Zapopan
Financiamiento	Por ventas semanales de edición de venta al público de 7 pesos por ejemplar y por cuadros reducidos de publicidad (el principal financiamiento es del clero)	Con base en la venta de espacios de la publicación, y venta al público con un costo de 5 pesos por ejemplar de edición (el principal financiamiento es del clero)	Por medio de aportaciones económicas voluntarias exclusivamente y del apoyo voluntario de todos los colaboradores de la estación de radio	Por el clero y sin fines de lucro

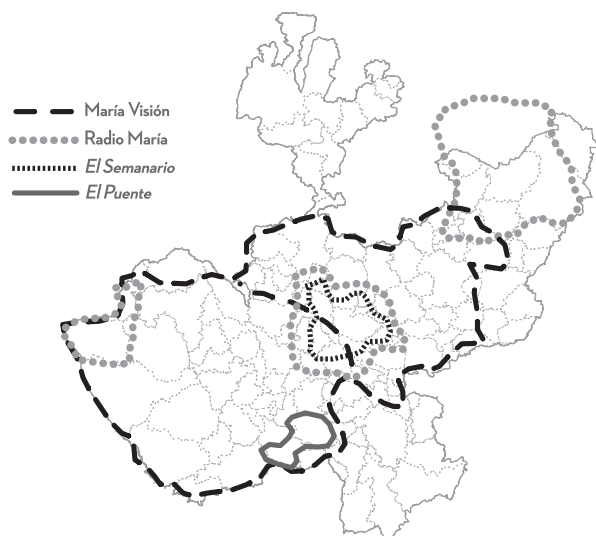
**TABLA 3.5 CONTINUACIÓN**

<b>Ficha</b>	<b>El Semanario</b>	<b>El Puente</b>	<b>Radio María</b>	<b>María Visión</b>
Publicaciones del clero y apoyo del mismo	Publicación autorizada por el consejo editorial	Es posible realizar publicaciones por el clero de conformidad con los lineamientos del consejo editorial	Apoyo espiritual y de fe por medio de los programas y de ayuda al que lo solicite	Apoyo espiritual por medio de oración y comunicación directa vía telefónica
Proyectos		Continúa su crecimiento	Expansión de las estaciones de radio para ampliar su cobertura y objetivo	Vífac, apoyo a mujeres con embarazos no deseados, y Atención Integral a la Persona Inmundo-deprimida
Contacto		Presbítero Luis Antonio Villalvazo, director de El Puente, correo: antoniotapalpa@gmail.com	Xóchitl Díaz González, coordinación de radio, correo: coordinator.mex@radiomaria.org, tel. (33) 3563 6001 ext. 122 y 01 (800) 087 2444	Helia Corazzini Flores, Departamento de Relaciones Públicas, correo: rp@mariavision.com, tel. (33) 3770 1813 y (33) 3770 1811

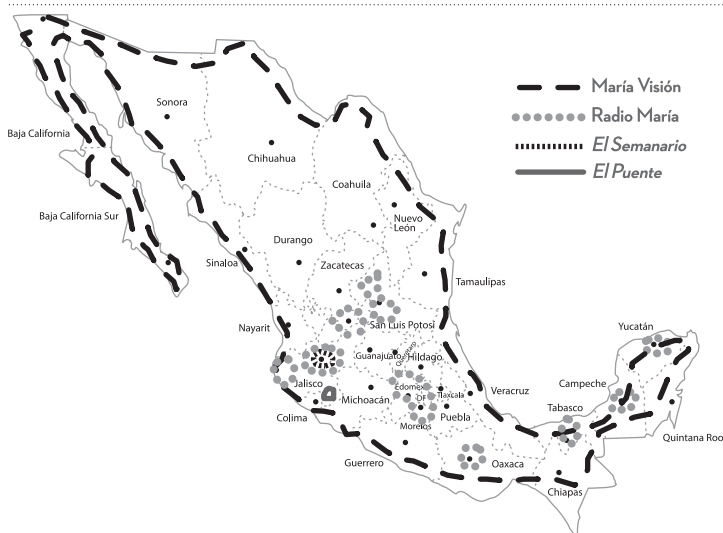
Asimismo, de acuerdo con cada medio, se puede observar la cobertura estatal (figura 3.1) o nacional (figura 3.2).

De acuerdo con estos resultados, se puede observar el impacto mediático en cobertura de medios religiosos, es decir, se convierten en un conjunto total aproximado de ocho a nueve millones de personas, divididas según se muestra en la tabla 3.6.

**FIGURA 3.1 COBERTURA ESTATAL DE MEDIOS**



**FIGURA 3.2 COBERTURA DE MEDIOS NACIONAL**





**TABLA 3.6 COMPARATIVO DE IMPACTO**

Comparativo	<i>El Semanario</i>	<i>El Puente</i>	<i>Radio María</i>	<i>María Visión</i>
Edición	37,000 a 40,000 ejemplares	9,000 ejemplares	Trasmisión las 24 horas del día	Trasmisión las 24 horas del día
Cobertura en cantidad de personas impacto aproximada	Aproximadamente	Número de la edición, 9,000	Aproximadamente 7'000,000 de radioescuchas de acuerdo con la cobertura	No se tienen datos exactos ya que el impacto se mide por llamadas o vía televisión por cable y visitas de Internet, 2'000,000 de televidentes aproximadamente
	el mismo número de la edición, 40,000			
Cobertura extra por uso de medios electrónicos	Cuenta con página de Internet, nacional e internacional	Cuenta con página de Internet, nacional e internacional	Estaciones de radio, repetidoras, Internet, nacional e internacional	Vía empresas de cable a escala nacional e Internet, nacional e internacional
Presencia en redes sociales	Sí	Sí	Sí	Sí

Los datos se extrajeron de las páginas de Internet de cada uno de los medios, así como de visitas y entrevistas a representantes de estos.

## CONCLUSIONES

Los medios religiosos tienen una gran importancia pues su impacto mediático es alto en comparación con otros medios de información de mayor antigüedad en Jalisco, lo mismo que su crecimiento, en parte debido a las aportaciones y donaciones de instituciones y el público.

Los medios religiosos hacen uso de la libertad de expresión garantizada por el estado, y se pensaría que pudiera haber eventualmente alguna restricción. En este sentido, solo podemos dar cuenta de un caso aislado de una aclaración por parte del gobierno federal dirigida a *El Semanario*.

El periodismo en estos medios religiosos, tanto en radio y televisión como en los impresos, ha mostrado interés y responsabilidad en temas sociales, como en el caso de *El Semanario* con una de sus ediciones dedicadas al problema del agua, de las más vendidas, y el de *El Puente*, que ha establecido un vínculo entre las diócesis de San Cristóbal de las Casas en Chiapas y la diócesis de Ciudad Guzmán en Jalisco.

Radio María y María Visión tienen como objetivo primordial la evangelización, en tanto que *El Puente* y *El Semanario*, además de compartir la misión evangelizadora, también adoptan posturas críticas respecto de los problemas sociales.

El análisis de los medios religiosos muestra que existe independencia y libertad en la edición, realización y objetivos para informar a la población desde la perspectiva de la Iglesia e instituciones católicas y fortalecer la fe de sus públicos.

## REFERENCIAS

Fernández, J. (2004). *Periodismo especializado*. Barcelona: Ariel.

Mora Muro, J. I. (2013). *Relaciones*. No. 133. México, invierno.

## ***La institucionalidad puede esperar: el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión, entre el oficialismo y la improvisación***

JOSÉ BERNARDO MASINI AGUILERA

### LA TRANSICIÓN A ORGANISMO PÚBLICO DESCENTRALIZADO

El retorno del Partido Revolucionario Institucional (PRI) al gobierno de Jalisco en 2013 trajo consigo una serie de ajustes en la dinámica de la administración pública, con notorias consecuencias en la estructura de comunicación del estado. En materia discursiva se ha alimentado una fuerte campaña mediática en torno al concepto del “bien-estar”. El término aparece en toda la publicidad oficial; en la papelería de las instancias oficiales; en los vehículos de las distintas dependencias y hasta en las mochilas escolares que reciben los niños jaliscienses al comienzo de cada ciclo escolar. Organizacionalmente, quizá el cambio más significativo tuvo que ver con la conversión del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRT) en un organismo público descentralizado (OPD). En noviembre de 2013 un decreto del Congreso local confirió tal estatus a lo que ya entonces se autodenominaba simplemente C7. Si bien el Sistema permaneció sectorizado en la Secretaría de Cultura, se le dotó de una nueva ley orgánica que le confirió independencia financiera, así como un mayor margen de maniobra y de gobierno, al menos en teoría.

La nueva ley orgánica intentó armonizarse con la reforma federal en materia de telecomunicaciones que por esas

mismas fechas se discutía en el Congreso de la Unión. En ese sentido creó dos figuras novedosas, que al menos en el papel parecían dar voz a la ciudadanía, razón de cuanto se ve en las pantallas y se escucha a través de los micrófonos del SJRT. Tales fueron las figuras del Consejo Consultivo y el defensor de las audiencias. De esa manera pareció que serían atendidas un par de demandas que no eran nuevas: los especialistas en temas de comunicación y medios públicos de la entidad las habían exigido desde tiempo atrás. De hecho en el caso del Consejo Consultivo, más que su creación, lo que se había demandado era su reinstalación, pues entre 1993 y 1996 funcionó un organismo colegiado de naturaleza similar.

La decisión de homologar los contenidos para la radio y la televisión, asumida como política institucional en 2013, había dado pie a no pocos comentarios de parte de la audiencia. En C7 se denominó “multiplataforma” a esta práctica que se esgrimía como un audaz mecanismo de aprovechamiento de recursos. Por la vía de los hechos disminuyó la diversidad de los contenidos y dio lugar a descuidos frecuentes de parte de los conductores de los programas. Se volvió común escuchar en la radio a locutores diciendo cosas como “usted puede ver en su pantalla el teléfono en el estudio”; o “estas son imágenes de la nevada de ayer en Berlín”, sin la consideración correspondiente para la radioaudiencia. En ese contexto las reformas propuestas parecían favorecer un funcionamiento del Sistema más atento a las demandas ciudadanas, toda vez que algunos periodistas, académicos y profesionales de la industria participarían en espacios colegiados de discusión. Pero como suele ocurrir en todo lo que está tocado por la política, el demonio se coló por los detalles.

## LA RESPUESTA CIUDADANA PARA EL CONSEJO CONSULTIVO

La convocatoria para elegir a siete vocales ciudadanos que integrarían el Consejo Consultivo se publicó en la página web del SJRT el 5 de abril. En la misma fecha y por el mismo medio apareció también la correspondiente al defensor de la audiencia. La respuesta ciudadana a este proceso puede señalarse como uno de los mayores logros de C7 a lo largo de 2014: 34 profesionales de la comunicación entre periodistas y académicos solicitaron ser considerados para ocupar espacios en el Consejo. Asimismo hubo cuatro interesados en colaborar como defensor de la audiencia, incluyendo a quien esto escribe.

Conforme a la nueva Ley Orgánica del Sistema, la elección de los vocales ciudadanos recayó en el titular del Poder Ejecutivo, Aristóteles Sandoval, a partir de ternas propuestas por el director general, Sergio Ramírez Robles. Los siete favorecidos fueron Ana Xóchitl Castañeda, Ramiro Escoto, Raúl Frías, Julio César Hernández, Guillermo Orozco, Jorge Robledo y Alejandro Tavares. Ellos se sumaron a los miembros ex officio: la secretaria de Cultura del Estado, Myriam Vachez Plagnol (quien preside el Consejo); el director general del Centro Jalisco de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Carlos B. Gutiérrez Navarro; el secretario de Innovación, Ciencia y Tecnología, Jaime Reyes Robles, y el propio director general del SJRT, Sergio Ramírez. El anuncio de la conformación del organismo colegiado se hizo el 11 de julio.

El Consejo sesionó dos veces en el segundo semestre del año. La primera reunión tuvo lugar el 8 de septiembre. Prácticamente se dedicó a presentar a los integrantes;

darles a conocer el estado general del Sistema y acordar una lógica de trabajo. Hubo una segunda sesión el 28 de octubre, cuyo tema central fue la presentación de los planes para aprovechar la convergencia digital. Concretamente se refirió el proyecto de transición en el marco del apagón analógico que permitirá multiplicar las señales del SJRT. Según lo previsto, ello dará lugar a una señal exclusiva para la transmisión de noticias y programas de opinión política; a otra de corte meramente cultural; a una tercera que transmitiría contenidos relacionados con el Congreso del Estado, incluidas sus sesiones, y una cuarta para uso del Poder Judicial. El rezago en el proceso de digitalización de señales a escala nacional retardó estos proyectos en el plano local. En cuanto al Consejo Consultivo, no volvió a sesionar en el resto del año.

Por su parte, la elección del primer defensor de la audiencia de este medio público recayó en Gabriel Orozco Bernáldez, personaje que ya era familiar en la parrilla de C7 dada su participación en el programa *Artefacto*. Con una trayectoria consolidada tanto en el ámbito del servicio público como en el de la difusión cultural, Orozco asumió un reto nada sencillo: colocar la figura del defensor en una comunidad de televidentes y radioescuchas que prácticamente la desconocía. Los defensores de las audiencias en los medios electrónicos, como los de los lectores en los medios impresos, son parte de un círculo virtuoso que, cuando funciona bien, consolida la identidad de las empresas comunicativas y estrecha vínculos con los receptores de sus mensajes. Estos tienen más confianza en el medio que consumen, pues saben que cuentan con un recurso para retroalimentar críticamente la informa-

ción que reciben.<sup>1</sup> De hecho la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 14 de julio de 2014, volvió obligatoria la existencia de los defensores de audiencias para los consorcios mediáticos —públicos o privados— según lo indicado en su artículo 259. En ese sentido el SJRT se anticipó a la legislación federal: ya había entablado un proceso para contar con un defensor mientras el Congreso de la Unión apenas discutía sobre el tema. La mera introducción de la figura fue un paso hacia el frente en el cultivo de la relación entre la ciudadanía y la institución.

## DEL PLATO A LA BOCA SE CAE LA SOPA

Los gestos de acercamiento hacia las audiencias y de ciudadanización de la toma de decisiones parecían contrarrestar las críticas que el Sistema había recibido desde el comienzo de la gestión de Aristóteles Sandoval. Con medidas administrativas se intentaba paliar las medidas editoriales, que a los ojos de muchos habían dado lugar a un medio oficialista, que buscaba apuntalar la imagen del gobernador y denostar a sus rivales políticos.

Una prenda de estas inconformidades vino de parte del Consejo Estatal para la Cultura y las Artes (CECA). A principios de octubre esta instancia lamentó que los contenidos del denominado C7 dejaran cada vez menos espacio a la cultura. René Arce, presidente del organismo, llegó a afirmar que varios consejeros “percibían que la programación de C7 no es tan cultural como en la administración

1. Al respecto conviene consultar trabajos como el de Núñez (2012, pp. 191–206), o bien, Herrera (2006).



pasada” (Pérez, 2014). Para resolver el desaguisado se programó una reunión entre Sergio Ramírez y el CECA, a la que acudieron solo nueve de sus 45 consejeros. En defensa de su trabajo, Ramírez explicó que la lógica de la multiplataforma permitió “hacer más con menos”, lo que coadyuvó a sanear las finanzas del SJRT, que se encontraban muy constreñidas por el endeudamiento excesivo de las administraciones anteriores (Solano, 2014, p. 30). Explicó el citado proyecto que multiplicará por cuatro las señales televisivas, a las que se sumarán tres señales de radio distintas a las ya existentes en AM y en FM. Lo curioso en este punto fue la manera en que justificó la multiplataforma frente a gestores culturales: señaló que esta forma de operar logra que “cada vez que se trasmite un spot se multiplica por once: en televisión, en radio, en medios electrónicos y en redes sociales” (Solano, 2014, p. 30). Haber aludido a los spots en lugar de los contenidos culturales como aquello que se difunde más dejó entrever la importancia que ese tipo de mensajes recibe de parte del director general. Como es sabido los medios públicos no pueden difundir publicidad comercial, por lo que los spots a los que se refirió eran los de las instancias públicas. Su *lapsus linguae* alimentó las sospechas de quienes acusamos el uso del SJRT como herramienta de propaganda política del Ejecutivo estatal.

La puesta en marcha de los trabajos del defensor de la audiencia también tuvo sus peripecias. En los días previos a su nombramiento Sergio Ramírez había señalado que el elegido contaría con apoyo logístico en las instalaciones del Sistema y un espacio semanal en su programación. El 11 de julio se anunció formalmente el veredicto de la Junta de Gobierno, por el que se designó a Gabriel Orozco

Bernáldez en el cargo por un periodo de dos años. Días después vino la rectificación: el defensor dispondría de un espacio mensual, no semanal como estaba previsto, y como de hecho ocurre en la mayoría de los medios impresos o electrónicos que cuentan con esta figura. Se definió que el programa se transmitiría el primer viernes de cada mes a las 16:00 horas. Por tanto el 5 de septiembre pasó al aire el primer episodio de *C7 Defensor*, espacio en el cual Orozco explicó en qué consistía esta nueva figura y a qué normatividad obedecía su aparición. Para el segundo programa no pudo sostenerse la regularidad en la parrilla: no apareció el primer viernes sino hasta el segundo del mes de octubre. Sería el último conducido por este primer defensor, y de hecho el último que saldría al aire durante 2014.

El 31 de octubre Orozco presentó su renuncia al cargo honorífico que apenas desempeñó por tres meses y medio. En su breve gestión, aparte de las dos emisiones de *C7 Defensor*, apenas giró una recomendación. Esta tuvo que ver con el tratamiento periodístico al caso de la muerte masiva de peces en la laguna de Cajititlán, en el municipio de Tlajomulco. Algunos miembros de la audiencia desaprobaron el uso de la cuenta personal del director general como fuente de las notas al respecto. El 3 de septiembre el defensor dirigió su primera y única recomendación a Ramírez Robles, quien en la misma fecha respondió que acataría la sugerencia. Hasta entonces la relación entre el Sistema, su director y el defensor de su audiencia funcionó sin mayores exabruptos.

La desaparición de 43 estudiantes de la Normal Rural de Ayotzinapa, Guerrero, cimbró el clima político nacional. Los hechos tuvieron repercusiones a escala global, y en el caso del SJRT, marcaron el fin de la gestión de Oroz-

co Bernáldez como ombudsman. El flujo de información a cuentagotas fue una constante en la mayoría de los medios de comunicación mexicanos en torno a los estudiantes desaparecidos. Las preguntas que se hacía la ciudadanía se acumulaban y se convertían en rabia conforme las autoridades, tanto en el plano local como en el federal, daban respuestas tibias y lentas sobre el paradero de los jóvenes y sobre las responsabilidades imputables a distintos actores sociales: el alcalde de Iguala, su esposa, el gobernador del Estado, el ejército, los cárteles del crimen organizado, la Procuraduría General de la República (PGR) y el gobierno federal, entre otros. Literalmente los ojos del mundo se posaron sobre el caso. Los medios extranjeros hacían sus propias investigaciones periodísticas; los consorcios nacionales dejaban ver su postura a través del tratamiento que daban al caso, y el Sistema Jalisciense apenas refería tangencialmente el tema. Ello dio lugar a nuevos reclamos de la audiencia, canalizados a través de su defensor. Concretamente, la cobertura a la marcha ciudadana que se realizó en Guadalajara el 8 de octubre para exigir la aparición con vida de los normalistas materializó el desencuentro entre Orozco y Ramírez. La escasa cobertura a los hechos de Ayotzinapa podía ser leída como una estrategia de evasión de su importancia, o peor aún, como una manera de eludir asuntos que podrían afectar la imagen del partido en el poder. Al respecto, el periodista y analista cultural Eduardo Castañeda comentó en su columna en *Máspormás GDL* que

[...] los medios de comunicación juegan a las apariencias cuando se trata de abrirle el espacio a sus lectores, radioescuchas o televidentes [...] Este asunto de los om-

budsman es más delicado cuando se trata de un medio público. Funcionan con recursos del erario y los ciudadanos deberíamos poder reclamar, señalar a través de un mecanismo transparente, que algún tema nos parece mal tratado, además de confiar que dentro de ese medio hay alguien que está de nuestro lado, que trabaja de manera autónoma e independiente [...] Llegará el [ombudsman] que sigue y 10 más, pero como muchas cosas en este país, no servirá de nada si la estructura no cambia, si el mismo tipo de mentalidad que nos ha puesto donde estamos sigue tomando decisiones (Castañeda, 2014, p. 6).

Entrevistado por Jonathan Ávila para *Reporte Índigo*, el primer defensor señaló pocos días después de presentar su renuncia que...

No nos pudimos poner de acuerdo con respecto a cómo estaban tratando el tema de Ayotzinapa [Por eso] considero que [esas] no son las condiciones que deba tener ni un defensor de audiencia ni la información que se le debe dar al público. Mejor presento mi renuncia. Yo no voy a ser el que frustre el desarrollo del canal [...] Si los directivos del canal no tienen la disposición o la manera de trabajo para que esto sea más transparente y en beneficio de la audiencia, es muy complicado [desempeñar el papel de defensor] No se dan las condiciones que uno debiera tener para desarrollar su trabajo (Ávila, 2014).

A propósito del episodio, Ramírez Robles evitó ahondar en el tema cuando fue abordado por el periodista de *Reporte Índigo*. Antes bien se limitó a explicar las decisiones que se

estaban tomando entre los directivos para encontrar un reemplazo, pues ni la ley que convirtió a C7 en un organismo público descentralizado ni el reglamento interno que se había aprobado apenas en agosto definían un procedimiento para esta eventualidad. Con el argumento de haber sido el segundo candidato mejor evaluado, se invitó a Napoleón Medrano Andrade, académico del Centro Universitario del Sur (CUSur) de la Universidad de Guadalajara, a ocupar la defensoría de la audiencia de manera interina (Ávila, 2014). Durante el resto del año no volvió a salir al aire C7 *Defensor*. Sin embargo, Medrano emitió el 14 de noviembre su primera recomendación —segunda en la breve historia de la defensoría— en los siguientes términos:

Por medio del presente y atendiendo las responsabilidades que me otorga el cargo como Defensor de la Audiencia interino del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión, me permito hacer la siguiente recomendación. Le pido que considere integrar a los contenidos de los noticiarios locales de C7 JALISCO la información relativa a lo acontecido a los estudiantes de Ayotzinapa, esto de manera permanente y en las 3 emisiones locales de C7 NOTICIAS. Asimismo, considero importante que el mismo tema se discuta de manera formal en *Estación Central*, con todos los actores sociales representados en este programa.

Quedo a la espera de su respuesta.<sup>2</sup>

2. Recomendación del defensor de la audiencia del SJRT, Napoleón Medrano Andrade, dirigida al director general del SJRT, Sergio Ramírez Robles, el 14 de noviembre de 2014, disponible en el portal del Sistema: <http://c7jalisco.com/sites/default/files/docs2/recomendacion.pdf>, consultado el 17 de enero de 2015.

La primera medida del nuevo defensor respondió al asunto que forzó la renuncia de su predecesor. Medrano buscó una salida institucional frente a los reclamos de la audiencia. Llamó la atención el verbo empleado para hacer su petición: “integrar” a los contenidos de C7 la información sobre el problema en Ayotzinapa. De ello se infirió una cobertura del tema no solo oficialista, sino prácticamente nula. En resguardo de la imagen del PRI, el SJRT parecía apostar a la máxima que reza que lo que no aparece en los medios electrónicos simple y llanamente no existe. Ante la recomendación emitida, Ramírez Robles respondió el mismo 14 de noviembre:

En respuesta a la recomendación que recibo hoy, viernes 14 de noviembre de 2014, y mediante la cual solicita que, en beneficio de la audiencia de C7 JALISCO se integre a los noticiarios locales información relativa a la desaparición de estudiantes en Ayotzinapa, así como la programación de este tema en *Estación Central*, le comunico que su recomendación será atendida de manera íntegra. Sin más que agregar, reciba un cordial saludo.<sup>3</sup>

La misiva arrojó sustancia suficiente para al menos dos interpretaciones. Por una parte el director general reconoció el vacío informativo que la audiencia reclamó, pues sostuvo que la recomendación de Medrano sería atendida. Por otra parte, el laconismo de su carta dejó entrever la situación incómoda en que se encontró y su urgencia por

3. Respuesta del director general del SJRT, Sergio Ramírez Robles, a la recomendación del defensor de la audiencia del SJRT, Napoleón Medrano Andrade, 14 de noviembre de 2014, disponible en el portal del Sistema: <http://c7jalisco.com/sites/default/files/docs2/Respuesta%202.pdf>, consultado el 18 de enero de 2015.

salir de ella a la brevedad posible. Dice el adagio que del plato a la boca se cae la sopa. Los planes que supuestamente darían voz a la ciudadanía en torno al proyecto de C7 sobresalían más por sus traspiés que por su aceptación entre los televidentes y los radioescuchas.

## EL INFORME DE Q ITESO

Este trabajo corresponde al informe anual que desde 2008 elabora el observatorio Q ITESO: Análisis Crítico de Medios, cuyo objeto son los medios de comunicación y el desarrollo del derecho a la información en Jalisco. Al reportar el acontecer relevante de 2013 este proyecto académico incluyó un análisis de los contenidos del SJRT a propósito de su conversión en un organismo público descentralizado. En ese año el PRI había vuelto al poder en Jalisco y ello había tenido repercusiones en la administración del Sistema. Eso fue lo que rastrearon Diego Guillén Peña y María Fernanda González Hernández, entonces alumnos de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del ITESO y colaboradores del observatorio. Presentaron sus hallazgos en el artículo “C7: ¿medio público o vocero del gobierno?”, que documentó algunos hechos relevantes, como la presencia de nueve funcionarios de distintas dependencias estatales como conductores de programas. Detectaron también en su muestra que el gobernador del estado fue el personaje más mencionado en el noticiario nocturno, *C7 Noticias de verdad*. Dos terceras partes de estas alusiones hacían valoraciones positivas del personaje (10 de 15), mientras que las cinco restantes fueron neutrales. No hubo valoraciones negativas sobre la figura de Aristóteles Sandoval, al tiempo que sí las hubo respecto de otros personajes

mencionados en la misma muestra, como los alcaldes de la zona metropolitana de Guadalajara, diputados locales o miembros del gabinete, independientemente de su filiación partidista (cfr. Guillén y González, 2014, pp. 39–60).

La publicación de ese trabajo levantó algunas cejas en el seno del medio público que buscó a la coordinadora de Q ITESO: Análisis Crítico de Medios, Sofía Paláu Cardona, para entrevistarla al respecto. Ella y Graciela Bernal Loaiza, coordinadora de la unidad académica a la que se adscribe el observatorio, ahondaron en los contenidos del informe frente a las cámaras de C7. El material dio pie a una larga nota que apareció en la emisión del 28 de octubre del mismo espacio que había sido evaluado en la investigación de los alumnos: *C7 Noticias de verdad*. Alfonso Javier Márquez, conductor del noticiario, descalificó con explícita molestia el trabajo de Guillén y de González. Cuestionó que su muestra correspondiera a dos semanas de febrero de 2014 cuando se trataba de evaluar el año 2013.<sup>4</sup> Confundió el señalamiento que explicaba que habían sido excluidas del análisis las notas de la sección “Cultura en breves” e interpretó que la investigación excluiría en general todas las notas que versaran sobre cultura. Por ello al encontrar en el desglose de resultados las notas sobre este tema consideró que los autores se contradecían sin más. Quizá lo más significativo del caso fue que en el artículo se señaló la costumbre del conductor de hacer comentarios irónicos sobre los personajes referidos en sus

4. Al respecto es importante aclarar que los autores explicaron en su texto que analizaron la programación a partir de los ajustes derivados de los cambios programáticos y administrativos que sufrió el Sistema durante 2013. Sin embargo, era conveniente que esa explicación hubiera sido más enfática para evitar lecturas como la de Alfonso Javier Márquez.



piezas periodísticas. Márquez cuestionó esa afirmación... precisamente con tono irónico y burlesco.

Los más de 10 minutos que recibió esa investigación en el noticiario —el conductor no aludió a ningún otro texto del informe— culminaron con un último comentario de su parte: afirmó que ejercicios como ese explicaban por qué los egresados del ITESO “no tienen mucho trabajo en el mercado laboral”. Al día siguiente, 29 de octubre, Sergio Ramírez replicó en su cuenta personal de Twitter el podcast de la nota. Uno de los mensajes en que se abocó al tema señaló llanamente: “Como dice el gran @alfonso\_marquez ‘por eso no encuentran trabajo’”. Inmediatamente después envió un nuevo “trino” en el que propuso el hashtag #PorEsoNoTienenTrabajo. Se trató de un gesto delicado toda vez que son difusas las fronteras entre lo que se afirma como individuo con derecho a opinar y lo que se declara como director general de uno de los dos sistemas de medios públicos de Jalisco. En su dimensión ilocutiva (el significado potencial de un mensaje en función de las intenciones de quien lo emite, según la teoría de los actos de habla de John L. Austin) un hashtag es una propuesta temática. Al insertar el signo de número a una expresión compuesta de una o varias palabras en el lenguaje de la red social Twitter, tal expresión es asumida como un tópico para conversar con quienes se interactúa en la red de contactos. Por tanto lo que hizo Sergio Ramírez fue convocar a sus seguidores a hablar de los supuestos problemas que tienen los egresados del ITESO para insertarse en el mundo laboral.

Ante estos hechos la Oficina de Comunicación Social de la universidad jesuita solicitó derecho de réplica al noticiario. En su emisión del 31 de octubre Alfonso Javier Márquez leyó al aire el comunicado en que se reconoció la amplia

cobertura que C7 había dado al informe. Pero también lamentó la falta de profesionalismo del conductor, quien tomó distancia de su rol como presentador de noticias y había emitido juicios personales —despectivos— sobre los egresados del ITESO. El desaguisado trascendió hasta el Congreso del Estado, donde el diputado de Movimiento Ciudadano y presidente de la Comisión de Cultura, Julio Nelson García Sánchez, exigió la renuncia del director general. Denunció que este había convertido al SJRT en un medio oficialista, que escondía a los jaliscienses información trascendental sobre asuntos como el de los estudiantes desaparecidos en Ayotzinapa. Entre sus argumentos para documentar la línea editorial del Sistema refirió la investigación de Diego Guillén y María Fernanda González (Vivar, 2014).

## COLOFÓN

Reiteradamente, cuando el SJRT ha hablado de sí mismo a lo largo del presente sexenio, ha intentado marcar distancia con respecto al pasado inmediato. Se ha autorreferido como una industria creativa que dejó de lado el derroche de los sexenios panistas. Materializó una buena idea al devenir organismo público descentralizado, lo cual es positivo por principio, a inteligencia de que no bastan los decretos para ciudadanizar una institución. En ese sentido 2014 fue un año de interesantes iniciativas que pudieron favorecer la cercanía de los jaliscienses con su medio público, que bien llevadas pudieron haber fomentado una mayor identidad y fidelidad de parte de las audiencias. Pero las políticas públicas viven más en los hechos que en el papel en que se imprimen los decretos. La consolidación de las nuevas

señales digitales de C7 será un hecho, en el mejor de los casos, hasta 2015; el Consejo Consultivo no ha logrado regularidad en sus trabajos y el defensor de la audiencia tuvo como penoso bautismo un choque contra los intereses editoriales del partido en el poder. La disonancia entre los planes y los hechos ha dado lugar a ajustes y decisiones improvisadas, cuando no viscerales, particularmente del director general del SJRT. Quien se suponía que habría llegado de Puebla para desempeñar un papel estratégico en la comunicación social del gobierno estatal está ocasionando a su jefe más problemas que los que le está resolviendo. Mientras tanto, la necesaria institucionalidad del SJRT da dos pasos hacia adelante y otros tantos para atrás.

En medio de esta situación es rescatable el interés cada vez más notorio de los ciudadanos jaliscienses por su medio público. A lo largo de los años tanto sus estaciones de radio como sus canales de televisión (ahora en plural) se han caracterizado por su peso específico casi nulo en el ecosistema mediático local. Esta tendencia puede revertirse paulatinamente conforme crece entre los jaliscienses el interés por los contenidos culturales y por el acontecer político de la región, entre algunos de los temas que atañen a la señal de C7. Tal vez la gestión de Sergio Ramírez no sea peor que la de sus predecesores, quienes tuvieron a su favor una sociedad menos documentada y menos crítica.

## REFERENCIAS

Ávila, J. (2014). “Menosprecio por la audiencia”. En *Reporte Índigo*. Guadalajara, 13 de noviembre, disponible en <http://www.reporteindigo.com/reportes/guadalajara/menosprecio-por-la-audiencia>, consultado el 17 de enero de 2014.

- Castañeda, E. (2014). "Gimme tha power". En *Máspormás gdl*. Guadalajara, 4 de noviembre.
- Guillén, D. & González, M. F. (2014). "C7: ¿medio público o vocero del gobierno?". En Paláu Cardona, M. S. (coord.) *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2013*. Tlaquepaque: ITESO.
- Herrera, S. (2006). "¿Por qué un defensor de la audiencia en los medios latinoamericanos?". En *Revista F@ro-Monográfico*. Año 2, No. 4. Valparaíso.
- Núñez, J. C. (2012). "El defensor del lector como mediador de un diálogo de calidad". En Acosta García, R. (coord.) *El diálogo como objeto de estudio. Aproximaciones a un proceso cotidiano y a su calidad*. Tlaquepaque: ITESO.
- Pérez, R. (2014). "Defiende CECA contenidos". En *Mural*. Guadalajara, 6 de octubre, disponible en <http://www.mural.com/aplicacioneslibre/articulo/default.aspx?id=359570&md5=6f6f4e649a46ff93c27ad66c28624c61&ta=odfdbac11765226904c16cb9ad1b2efe>, consultado el 13 de enero de 2015.
- Solano, A. (2014). "Consejeros del CECA desdeñan reunión con el titular de C7". En *Milenio Jalisco*. Guadalajara, 7 de octubre.
- Vivar, A. (2014). "Diputado solicita salida del director del SJRTV". En *La Crónica de Hoy Jalisco*. Guadalajara, 25 de noviembre, disponible en <http://www.cronicajalisco.com/notas/2014/30968.html>, consultado el 19 de enero de 2015.



## ***Crítica al sistema legal de radiodifusión y telecomunicaciones desde una perspectiva local***

JUAN S. LARROSA-FUENTES

*La ley, por draconiana o por ilustrada que sea, está llena de compromisos y desigualdades*

(STEINER, 2008, p. 214).

En 1960 se aprobó la primera ley que reguló el mundo de la radiodifusión en México. Esta ley fue hecha a la medida de las empresas que en esa época dominaban la industria y dejó claras las reglas del juego: los entonces legisladores crearon un sistema de comunicación que sería desarrollado comercialmente por unos cuantos empresarios y controlado férreamente por el régimen presidencial. El resultado fue un sistema de comunicación esquizofrénico, pues por un lado siguió un esquema comercial en el que los medios de comunicación son instituciones que tienen por objetivo final la generación de ganancias económicas, y por el otro fue un sistema que no admitió la libertad de competencia y tuvo una baja tolerancia a la libertad de expresión.

Hacia finales de la década de los sesenta del siglo XX el sistema político mexicano, fundado bajo los valores revolucionarios y desarrollado a través de un partido de estado, de políticas autoritarias y de grandes estructuras clientelares, comenzó a transformarse. Para muchos historiadores las manifestaciones estudiantiles de 1968, que fueron duramente reprimidas por el gobierno federal, mar-

caron el inicio de una transición hacia un sistema político que desde entonces persigue un modelo de democracia liberal (o algo más o menos parecido). Desde entonces el país ha vivido en una paradójica transición permanente en la que poco a poco se han ido creando instituciones con valores democráticos, pero que a diferencia de otras transiciones políticas, la mexicana ha demorado décadas. En este proceso de transitar de un estado a otro, la disputa por el control del sistema de comunicación ha sido central.

Entre 1960 y 2014 median 54 años. A lo largo de este tiempo muchas organizaciones sociales, académicas y políticas reclamaron la democratización del sistema de comunicación mexicano a través de, entre otras cosas, una enmienda a la Ley Federal de Radio y Televisión que cancelara el monopolio económico de la televisión y que tutelara derechos civiles y políticos relacionados con la libertad de expresión. Durante esos 54 años el gobierno mexicano y los empresarios que controlan el sistema de comunicación buscaron mantener el mismo equilibrio de poder, aun a pesar de los múltiples reclamos por transformar el orden de cosas por parte de ciudadanos, periodistas, académicos y líderes sociales. Este equilibrio comenzó a resquebrajarse durante los años noventa debido a factores internos (la lenta transición política) y factores externos (la globalización económica y la convergencia tecnológica). Estas transformaciones, nacionales e internacionales, lograron que en 2014 se modificara el régimen normativo de la comunicación en México.

En especial, el recambio tecnológico enfrentó a Carlos Slim y Emilio Azcárraga, empresarios que, al momento de escribir estas líneas, todavía controlaban el sector de las

telecomunicaciones y radiodifusión. La convergencia hizo que el negocio de uno (telefonía fija y celular) convergiera con el del otro (radio y televisión). A este enfrentamiento, que comenzó en 2011, se le denominó la “guerra de las telecomunicaciones” en México y no fue otra cosa que una lucha, política y económica, por el control de la comunicación en el país (Granados Chapa, 2011; Larrosa-Fuentes, 2011, 2014). Todas estas disputas de poder, explícita o implícitamente, por inclusión o exclusión, quedaron cristalizadas en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, promulgada el 14 de julio de 2014. De tal suerte, este ensayo analiza este nuevo texto jurídico a partir de dos preguntas generales: ¿Qué sistema de comunicación se construyó y se construirá a través de la creación de esta nueva ley? ¿Qué equilibrios de poder propone la nueva legislación y cómo pueden ser evaluados desde una perspectiva local?

## CAMBIOS HISTÓRICOS: DESCONCENTRACIÓN Y DEMOCRATIZACIÓN DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN

Una vía para entender qué efectos tiene una nueva disposición legal desde un ámbito local es comenzar por el análisis de las implicaciones de estas normas a escala nacional. El nuevo sistema de comunicación será el mismo para todo el país y tendrá un impacto general para todos los mexicanos. Desde esta perspectiva, la nueva ley tendrá efectos que serán homogéneos localmente. Los habitantes del estado de Chiapas serán regidos por la misma ley de telecomunicaciones y radiodifusión que quienes habitan



en los estados de Sonora o Puebla. Por ello, en los siguientes párrafos realizaré un breve balance de tres elementos importantes que introdujo la nueva disposición jurídica: normas referidas al control y propiedad de los sistemas de comunicación, la creación de una institución que democráticamente regule estos sistemas y la incorporación de nuevos derechos ciudadanos.

Uno de los problemas más graves que históricamente ha enfrentado la democratización del sistema político mexicano ha sido la concentración del control y propiedad de los medios de comunicación, especialmente en el sector televisivo. Durante buena parte del siglo XX Televisa fue la empresa que dominó la industria de la televisión en México. A lo largo de todo este tiempo Televisa tuvo algunos competidores regionales y convivió con los canales públicos, pero la realidad es que fue un monopolio en la producción y difusión de contenidos audiovisuales en el país. En 1993 se incorporó TV Azteca a la oferta televisiva mexicana, por lo que el sistema televisivo se convirtió en un duopolio. Estas características de la televisión mexicana fueron altamente problemáticas para la democratización del país, especialmente porque el sistema de comunicación, en su versión monopólica, obedeció fiel y ciegamente a los mandatos del poder político, y en su versión duopólica y neoliberal, se convirtió en un poder fáctico que a veces obedecía al poder político, pero que en otras lo sometía a sus caprichos e intereses. Además, esta concentración de poder también tuvo alcances en las dimensiones culturales. Durante décadas los mexicanos tuvimos acceso a una limitada y autoritaria oferta audiovisual producida por Televisa: noticiarios oficialistas y carentes de plurali-

dad política y una barra de entretenimiento marcada por las telenovelas y el fútbol. Este orden de cosas ha sido altamente problemático porque un sistema democrático requiere, además de la básica libertad de expresión, las condiciones políticas y materiales para que los ciudadanos puedan recibir información que les permita tomar decisiones políticas, económicas y culturales en su vida cotidiana (Doyle, 2002, pp. 11–12; Josifides, 1997, pp. 648–661). Cuando una entidad política o económica se hace del control de una estructura comunicativa, como ha ocurrido históricamente en México, un sistema democrático simplemente no puede funcionar.

Es claro, pues, que los modelos político (democracia liberal) y económico (capitalismo neoliberal) que México comenzó a perseguir a lo largo de su dilatada transición, iban a contracorriente de la mayor parte de los rasgos de sus sistemas de comunicación masivos y de telecomunicaciones. Finalmente, luego de cinco décadas, la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión fue un acuerdo mayor que logró una mejor alineación entre las reglas de los sistemas de comunicación y los modelos político y económico que el país ha seguido, al menos, desde la reforma política de 1977 y el famoso ajuste estructural en la economía desarrollado durante los años ochenta (Hughes, 2009, p. 62). Por ello, una de las mayores transformaciones que trajo la nueva legislación es el establecimiento de límites en la concentración económica de las empresas que ofrecen productos y servicios comunicativos, pues explícitamente señala medidas para limitar la preponderancia económica. En las nuevas reglas del juego se prohíbe que una empresa u operador posea más de 50% del mercado. Lo

anterior queda establecido en el artículo 262: “Para efectos de lo dispuesto en esta Ley, se considerará como agente económico preponderante, en razón de su participación nacional en la prestación de los servicios de radiodifusión o telecomunicaciones, a cualquiera que cuente, directa o indirectamente, con una participación nacional mayor al cincuenta por ciento, medido este porcentaje ya sea por el número de usuarios, suscriptores, audiencia, por el tráfico en sus redes o por la capacidad utilizada de las mismas, de acuerdo con los datos con que disponga el Instituto” (*Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*, 2014).

Por otro lado, la nueva regulación permite que capitales extranjeros puedan poseer hasta 100% de las empresas del sector de las telecomunicaciones y hasta 49% en el sector de la radiodifusión. Con la apertura a inversionistas extranjeros, el sistema de comunicación mexicano abre la puerta para conectarse, tecnológica y económicamente, al sistema global de comunicación.

En términos de control y propiedad, los artículos 66 y 67 definen que el estado mexicano entregará una concesión única para prestar servicios públicos de comunicación y que estas concesiones podrán tener un uso comercial, público, privado o social. Estas tres disposiciones (límites a la concentración económica, apertura a la inversión extranjera y diferenciación en las formas de propiedad), marcan una transformación importante en la economía política de la comunicación en México pues establecen límites claros para la concentración económica y especifican que pueden existir distintas formas de utilizar o explotar la comunicación. Con estas medidas, en teoría, tendrían que terminarse los monopolios de Carlos Slim en el sector de telecomunicaciones y de la dinastía Azcárraga

en la radiodifusión y se abre la puerta a nuevos proyectos de producción y difusión comunicativa.<sup>1</sup>

La histórica concentración económica del sistema de comunicación mexicano fue provocada, entre otras cosas, por un sistema político que durante muchos años reguló estos sectores de forma autoritaria y discrecional. El *presidenturno* (Álvaro González dixit) tenía la facultad de otorgar o revocar las concesiones a su antojo y sin la necesidad de transparentar la lógica y el proceso de su toma de decisiones. Durante el siglo XX un ciudadano mexicano no podía tener acceso a un censo de televisoras y radiodifusoras actualizado y en el cual aparecieran los nombres de los dueños y de las empresas dedicadas al servicio de la radiodifusión. Tampoco podía saber cuánto habían pagado estas empresas por esta concesión ni por cuánto tiempo podrían prestar el servicio. La transformación legislativa del sistema de comunicación incluyó la creación del Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ifetel), el cual comenzó a operar en septiembre de 2013. La creación de esta nueva institución supone una transformación relevante, pues *desconcentra* la regulación y la toma de decisiones sobre el sistema de comunicación mexicano. En el viejo esquema el presidente de la república *concentraba* el poder para la toma de decisiones. En el nuevo esquema la toma de decisiones ocurre a través de un cuerpo colegiado de expertos en temas de radiodifusión y telecomunicaciones. Esta medida supone un cambio radical en la regulación política del sistema de comunicación, pues busca desconcentrar

1. En teoría, la ley tendría que regular la vida política, social y económica de los habitantes. En la práctica, el sistema jurídico mexicano es constantemente violado o desconocido. Al momento de escribir este artículo (febrero de 2015) Televisa y Telmex seguían siendo monopolistas en sus respectivos sectores.

los procesos de asignación de concesiones, regular autónomamente los procesos de preponderancia económica y transparentar toda la información concerniente a la radio, la televisión y las telecomunicaciones.

El tercer elemento que me gustaría destacar es la incorporación de nuevos derechos ciudadanos. Previo a la creación de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, los legisladores hicieron cambios sustanciales en los artículos sexto y séptimo de la Constitución mexicana. En estos artículos los legisladores estipularon claramente el derecho de los mexicanos a la libertad de pensamiento, opinión y expresión, así como la libertad de acceso a la información y a su difusión. Por otro lado, constitucionalmente quedó establecido que el estado mexicano debe asegurar el acceso universal a la “sociedad de la información y el conocimiento”, así como a tecnologías de la información y servicios de radiodifusión y telecomunicaciones. Además, la reforma constitucional incluyó otros temas como la prohibición de transmitir publicidad o propaganda política enmascarada como información periodística, la creación del Ifetel y la legislación en torno a los derechos de las audiencias. Estos cambios, si bien agregan nuevos derechos para los mexicanos, también se unen a la larga y anárquica transformación del texto constitucional, en donde los legisladores han decidido que la Constitución debe albergar no solamente “los principios básicos de la organización del poder público y el catálogo de derechos fundamentales de todas las personas que habitan en el territorio de un país” (Carbonell, 2014), sino una serie de normas, “programas de gobierno y políticas públicas” (Fix-Fierro, 2014) que bien deberían estar en leyes secundarias.

## PERMANENCIAS HISTÓRICAS: CONCENTRACIÓN Y CENTRALIZACIÓN DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN

Las reformas a la Constitución mexicana en materia de comunicación, así como la promulgación de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión son un cambio evidente y tangible en la regulación del sistema de comunicación mexicano. Este nuevo orden legal representa un cambio cualitativo, al menos en la letra, del orden de cosas que operó durante más de medio siglo. Ciertamente, como algunos académicos y periodistas han escrito celebratoriamente, la nueva legislación es un cambio importante en la política mexicana. Una perspectiva crítica exige ir mucho más a fondo que la mera descripción de las transformaciones legales.

Una de las aproximaciones que se puede llevar a cabo para realizar un análisis crítico de la ley es plantear preguntas que, desde una perspectiva local, investiguen las relaciones de poder que subyacen en la nueva disposición jurídica. En la sección anterior decía que la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión es una regulación que tendrán que seguir todos los mexicanos, ya sea que vivan en Veracruz o Baja California. Aunque es la misma regulación para todos los mexicanos, en la práctica esta ley no tendrá los mismos efectos para todos los ciudadanos. Por ejemplo, esta ley tendrá un efecto distinto en un empresario que en una maestra normalista; será distinto para un habitante de la ciudad de México que en uno de Zacatecas. Por ello, en el marco del trabajo de un observatorio de medios asentado en la ciudad de Guadalajara, vale

la pena (volver a) examinar los cambios en las relaciones de poder y en la economía política del sistema de comunicación que trajo la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. ¿La nueva legislación creó mecanismos para regular los desequilibrios en la concentración de poder en el sistema de comunicación mexicano?

Antes de contestar la pregunta anterior es necesario hacer un breve repaso teórico del concepto de poder, el cual está en el centro de esta discusión, porque es el engranaje que permitió la construcción de un conjunto de normas jurídicas que dan forma a un sistema de comunicación.<sup>2</sup> Para el caso de este ensayo, por poder entiendo la capacidad relacional que un actor social (individuo, grupo o institución) tiene para influir en la vida y las decisiones de otros actores sociales (Castells, 2009, p. 33; Fricker, 2009, pp. 9–11). Esta capacidad de influencia relacional es, por definición, asimétrica. Esta asimetría ha sido entendida y enfrentada (o ignorada), de múltiples formas. En las sociedades democráticas el estado es el encargado de regular las desigualdades de poder, creando, entre otras cosas, mecanismos para evitar la *centralización* del poder en ciertos actores sociales. El problema es que en los sistemas centralizados las decisiones de uno o unos cuantos actores sociales influyen significativamente en la vida y decisiones de todos los individuos que componen un sistema social. En una estructura social centralizada, aquellos que tienen menos poder pierden autonomía y autosuficiencia en las decisiones que puedan tomar sobre su propia vida (Sánchez Ruiz, 1987, p. 14). Si analizamos críticamente las

2. Vale la pena aclarar que los sistemas de comunicación no son definidos o contruidos exclusivamente por sus marcos legales.

relaciones de poder en un sistema de radiodifusión y telecomunicaciones resulta pertinente evaluar sus procesos de centralización.

El tema de la centralización del poder, ya sea en un sistema político o un sistema comunicativo, puede ser medido de distintas formas. Una de ellas es investigar cuáles actores sociales concentran el poder. Partiendo de un continuum analítico, podemos señalar que un sistema de comunicación está totalmente concentrado cuando un actor social es dueño de toda la estructura comunicativa; en el extremo opuesto del continuum, un sistema de comunicación está totalmente desconcentrado cuando todos los actores sociales son dueños de una parte de esta estructura comunicativa. En la historia mexicana existen ejemplos de concentración total: durante décadas la familia Azcárraga fue propietaria de toda la estructura para la transmisión de televisión privada en el país, lo mismo podemos decir del sistema de telefonía, que primero fue monopolizado por el estado y después por Carlos Slim. La nueva Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión ciertamente desconcentró el poder, pero no lo hizo totalmente. El artículo 262 explica claramente que un actor social podrá ser dueño de hasta 50% del sistema comunicativo. Es decir, las nuevas normas comunicativas han prohibido la concentración total del sistema, pero permiten una concentración muy alta, pues en la práctica dos actores sociales podrían ser dueños de todo un sistema comunicativo.

La concentración del poder también puede pensarse desde la capacidad que tienen los actores sociales para producir y poner a circular mensajes en el sistema comunicativo. En este continuum, un sistema totalmente concentrado es uno en el que solamente un actor social



puede producir y hacer circular mensajes, y un sistema totalmente desconcentrado es uno en el que todos los actores sociales tienen las mismas posibilidades de producir y hacer circular mensajes. En el caso mexicano, la monopolización y el control de la producción y circulación de los mensajes no ha sido tan extrema como en el caso de la propiedad de los sistemas de comunicación. Puede argumentarse que durante los periodos más autoritarios en la historia política del siglo XX mexicano el presidente tuvo un gran control de lo que se decía y no se decía en los medios de comunicación. Sin embargo, durante el presidencialismo también hubo otros actores sociales que tuvieron influencia en los procesos comunicativos (empresarios, políticos, productores), por lo que es incorrecto señalar que una sola persona concentró todo el poder comunicativo. Lo cierto es que son muy pocas personas, grupos sociales e instituciones los que históricamente han controlado la producción y circulación de la comunicación en México.

Esta forma de concentración se puede analizar desde múltiples entradas. Por ejemplo, marcadores sociales como el género, la riqueza, la clase social o la educación pueden ayudar para entender qué personas o grupos sociales tienen menos poder que otros para acceder a la producción y circulación de sus mensajes. Dado que este es un ensayo que parte de una mirada local, la entrada más pertinente para el análisis es a través de la categoría de territorio. ¿Desde cuáles territorios se controla la producción y circulación de los mensajes? En el caso mexicano, es evidente que, históricamente, el control se ha ejercido desde la ciudad de México. El observatorio de medios del ITESO ha realizado distintas investigaciones en las que se ha demostrado claramente que la mayor parte de los

contenidos que se consumen en el sistema de radiodifusión de Guadalajara provienen de la ciudad de México o de otras partes del mundo (Paláu Cardona *et al.*, 2011) y que la producción de contenidos en la localidad es sumamente escasa (Larrosa-Fuentes, 2012).

¿La nueva legislación creó mecanismos para regular los desequilibrios en la concentración de poder en el sistema de comunicación mexicano? ¿Los estados, ciudades y pueblos que no son parte de la ciudad de México ganaron autonomía comunicativa? La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión tiene 63,387 palabras. En todo ese universo solamente en 25 ocasiones aparece la palabra local y solamente en una ocasión esta palabra se utiliza para referirse a un tema de producción de contenidos.<sup>3</sup> El resto de las ocasiones la palabra local aparece en artículos relacionados con la instalación, consolidación o desagregación de redes de telecomunicaciones. La baja frecuencia en el número de ocasiones en que aparece la palabra local en la nueva ley es tan solo una de las evidencias que muestran que dentro del proceso legislativo no fue relevante pensar en límites a la centralización de la producción comunicativa en ciertos territorios, especialmente en la ciudad de México.

En su artículo 90 la ley señala que “En el otorgamiento de las concesiones el Instituto favorecerá la diversidad y

3. En la única ocasión en que la palabra local aparece en el contexto de producción de contenidos es en el glosario, que a la letra se lee: “XLVIII. Productor nacional independiente de contenidos audiovisuales: Persona física o moral de nacionalidad mexicana que produce obras audiovisuales a *nivel nacional, regional o local*, que no cuenta con una concesión de telecomunicaciones o radiodifusión, ni es controlado por un concesionario en virtud de su poder de mando” (*Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*, 2014) (El énfasis en cursivas no aparece en el texto original).

evitará la concentración nacional y regional de frecuencias” (*Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*, 2014). Sin embargo, en ningún artículo posterior se especifica cómo es que el Ifetel favorecerá la diversidad comunicativa y evitará la concentración territorial. Por ejemplo, los legisladores pudieron haber establecido normas que distinguieran claramente qué estaciones de radio y televisión son parte de una cadena nacional y cuáles son televisoras y radiodifusoras exclusivamente locales, o que establecieran claramente cuándo un canal local puede ser un “repetidor de contenidos” y hasta qué punto. Al respecto, un ejemplo claro es el Canal 7 de Azteca Jalisco, que se considera un canal local. En Azteca Jalisco se producen y transmiten algunos programas manufacturados en Guadalajara, pero la mayoría de los contenidos del canal son una retrasmisión de lo que se produce en la ciudad de México o lo que TV Azteca compra a otras productoras audiovisuales del mundo (Larrosa-Fuentes, 2012). Con la distinción sobre lo local y lo nacional, los legisladores podrían haber creado los equilibrios necesarios para que existiera un balance entre la producción comunicativa nacional y la producción comunicativa local.

Por otro lado, la producción comunicativa local no se constriñe a la producción que pueda hacerse al interior de las empresas que poseen canales de radio y televisión. La producción comunicativa también puede llevarse a cabo por cualquier actor social que desee participar en estos procesos. Al respecto, el artículo 250 de la ley establece que “A fin de promover la producción nacional y la producción nacional independiente, el Ejecutivo Federal impulsará medidas de financiamiento para estos sectores” (*Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*,

2014). Una vez más, los legisladores no dicen cómo y con qué criterios se va a llevar a cabo la “promoción” de la producción, pero más importante para el argumento en desarrollo, cuáles medidas se tomarán para evitar la concentración de la “producción nacional y la producción nacional independiente” en la ciudad de México. Quienes trabajamos como profesores en universidades que ofrecen la carrera de Ciencias de la Comunicación (o programas afines), sabemos del gran interés que muchos alumnos tienen por dedicarse a la producción audiovisual. Sin embargo, en la mayoría de los casos la opción laboral que tienen estos jóvenes es mudarse a la ciudad de México para trabajar en los “medios nacionales”, empresas que, evidentemente, no tienen ni la capacidad ni el interés de hacerse cargo de la contratación de todos esos jóvenes. Valga el ejemplo anterior para demostrar las asimetrías de poder en la producción comunicativa; valga también para ilustrar cómo es que esta ley por un lado crea un sistema que da una gran seguridad jurídica y económica a los grandes inversionistas, y que por otro desatiende las demandas y necesidades de desarrollo económico y cultural local de ciertos sectores sociales.

## CONCLUSIONES: ¿TRASFORMACIÓN O ACTUALIZACIÓN DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN?

La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión tiene resultados ambivalentes. La nueva legislación cambió reglas que fueron pensadas hace más de medio siglo, en un contexto político y económico completamente distinto al que se vive en la segunda década del siglo XXI. Aunque

sus alcances todavía están por verse, estos cambios en las reglas traerán consecuencias positivas para el sistema político mexicano. Las reformas impulsarán procesos de desconcentración económica, democratizarán las reglas del juego y transparentarán muchos de los procesos administrativos que durante décadas permanecieron, secretamente, en las entrañas de la burocracia mexicana. En los siguientes años veremos más canales de radio y televisión, una cadena nacional de medios públicos y mejores servicios de telecomunicaciones, como Internet de banda ancha o más opciones para contratar servicios de telefonía. En pocas palabras: habrá mejores condiciones de competencia económica. Con ello se reducirá el poder de los monopolistas mexicanos y las industrias culturales tomarán una forma oligopólica. Desde mi perspectiva, el mayor beneficio que todos estos movimientos traerán es la erosión del poder cultural de Televisa, una empresa que durante varias décadas produjo la mayor parte de los productos informativos y culturales que los mexicanos consumimos a través de la televisión. Esto no quiere decir que habrá mejores contenidos audiovisuales, pero al menos habrá una mayor diversidad.

El nuevo orden de cosas que trajo la nueva ley resulta alentador si se compara con la ley que suplantó. Sin embargo, los resultados parecen más bien grises si se comparan con las características de los sistemas políticos y de comunicación contemporáneos. La legislación no fue vanguardista en temas de derecho a la información, en temas culturales como la autosuficiencia comunicativa o en el desarrollo tecnológico de la radiodifusión y las telecomunicaciones, tan solo por mencionar dos aspectos. Por ello, la nueva ley funciona como una *actualización* de

las reglas del sistema comunicativo creado en 1960. Esta actualización permitirá que el sistema de comunicación mexicano pueda operar en una incipiente democracia y en el contexto de la construcción de un sistema global de telecomunicaciones y radiodifusión. Si en 1960 los legisladores crearon un sistema de comunicación acorde al modelo político posrevolucionario (monopolios privados al servicio de un estado semiautoritario), en 2014 los legisladores crearon un sistema de comunicación que alienta la competencia económica y que genera seguridades jurídicas para que grandes capitalistas puedan hacer inversiones en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión.

Finalmente, con respecto a la segunda pregunta planteada al inicio del ensayo, la nueva ley careció de una discusión que complejizara los conceptos de concentración y centralización de los procesos de comunicación. Existen múltiples formas de definir y entender estos conceptos (Downing, 2011; Doyle, 2002; Josifides, 1997; Just, 2009) que no se constriñen a la concentración de la estructura de propiedad de los medios de comunicación. Desde una perspectiva local, habría sido deseable que la nueva ley colocara las bases para la creación de un sistema de comunicación en donde los habitantes de todo el país tuvieran mayores posibilidades (poder) de producir y hacer circular información a través de las redes de comunicación masiva y de telecomunicaciones: “Se trata de que más individuos, grupos organizados de la sociedad civil, clases sociales y aun entidades federativas puedan ser productores de mensajes que lleguen e influyan a amplias capas de la sociedad mexicana, que la ‘cultura popular’ producida y/o transmitida por los medios sea tal, es decir, surgida de y recreada por el pueblo y no impuesta al mismo con el

disfraz de entretenimiento y/o de ‘información’” (Sánchez Ruiz, 1987, p. 56).

## REFERENCIAS

- Carbonell, M. (2014). ¿Por qué no una nueva Constitución? Nexos. Recuperado de <http://www.nexos.com.mx/?p=18387>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid, España: Alianza.
- Downing, J. D. H. (2011). Media Ownership, Concentration, and Control: The Evolution of Debate. En J. Wasko, G. Murdock, & H. Sousa (Eds.), *The Handbook of Political Economy of Communications* (pp. 140-168). Wiley-Blackwell.
- Doyle, G. (2002). *Media Ownership*. SAGE.
- Fix-Fierro, H. (2014). Engordando la Constitución. Nexos. Recuperado de <http://www.nexos.com.mx/?p=18375>
- Fricker, M. (2009). *Epistemic Injustice: Power and the Ethics of Knowing*. Oxford; Nueva York: Oxford University Press.
- Granados Chapa, M. Á. (2011). Guerra en telecomunicaciones. *Reforma*. México.
- Hughes, S. (2009). *Redacciones en conflicto: el periodismo y la democratización en México*. México: Guadalajara, México: Miguel Ángel Porrúa / Universidad de Guadalajara.
- Josifides, P. (1997). Methods of measuring media concentration. *Media, Culture & Society*, 19(4), 643-663. doi:10.1177/016344397019004008

- Just, N. (2009). Measuring media concentration and diversity: new approaches and instruments in Europe and the US. *Media, Culture & Society*, 31(1), 97-117. doi:10.1177/0163443708098248
- Larrosa-Fuentes, J. S. (2011). La lucha por las telecomunicaciones en México: una disputa en contra de los viejos modelos políticos y económicos. *Análisis Plural*, 56-72.
- Larrosa-Fuentes, J. S. (2012). Desconcentrar y descentralizar un sistema de comunicación local: una propuesta para fortalecer el desarrollo de la opinión pública en México. En M. de los A. Mascott Sánchez & G. Meixueiro Nájera, *Premio Nacional de Investigación Social y Opinión Pública 2011* (pp. 291-314). México: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública.
- Larrosa-Fuentes, J. S. (2014). La lucha por las telecomunicaciones en México II: la integración al mundo postindustrial. *Análisis Plural*, 141-152.
- Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (2014). Recuperado de [http://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014](http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014)
- Paláu Cardona, M. S., Aguilar Méndez, K., Briseño Ponce, E., García Cacho, A. A., Hernández Godínez, K., Partida Cervantes, J., Vicencio Huerta, A. (2011). Radiografía de la Televisión en la Zona Metropolitana de Guadalajara. En J. S. Larrosa-Fuentes (Ed.), *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2010* (pp. 42-62). Guadalajara, México: ITESO, Departamento de Estudios Socioculturales.



- Sánchez Ruiz, E. (1987). *Centralización, poder y comunicación en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Steiner, G. (2008). *Los libros que nunca he escrito*. México: Fondo de Cultura Económica.

## ***II. Libertad de expresión en Jalisco***



## ***Inseguridad laboral, una constante en medios de comunicación de Guadalajara***

PERLA ARACELI BLAS ALVARADO

Incertidumbre, inestabilidad, censura y carencias para el desarrollo profesional es lo que periodistas de la zona metropolitana de Guadalajara y del interior del estado tienen que enfrentar en el día a día cuando deciden dedicarse a lo que Gabriel García Márquez llamaba “el mejor oficio del mundo”.

Como parte del trabajo de documentación de las condiciones laborales de los periodistas, que se ha realizado desde el año 2011 para el informe de *Medios de comunicación y derecho a la información* en Jalisco, se han presentado casos de trabajadores de los medios despedidos ya sea por recortes de personal o ajustes editoriales bajo el argumento de renovación, pero la problemática presenta distintos niveles y matices.

A fin de mostrar la situación en este gremio durante 2014 es importante precisar que no existieron manifestaciones de avance, por el contrario, se pudo documentar que hubo omisiones, como, por ejemplo, el cumplimiento de requisitos tan básicos como otorgar contratos, prestaciones mínimas que contempla la Ley Federal del Trabajo, respetar las garantías de los trabajadores ante cambios sustanciales en las empresas de medios, así como garantizar el derecho a la libertad de expresión; mucho menos se ofrecen herramientas y capacitación que permitan el desarrollo profesional.

## LLEGA NUEVO PERIÓDICO A GUADALAJARA SIN PROYECTO SÓLIDO

En septiembre de 2013 directivos de la franquicia del periódico *La Crónica de Hoy* comenzaron a reunir el equipo que conformaría la nueva redacción en Guadalajara para lanzar el 1 de diciembre el primer número cero de *La Crónica de Hoy Jalisco*. En noviembre comenzaron las primeras reuniones de trabajo y la operación de la versión digital del periódico.

Se reunió a un equipo de 50 personas que conformaban la sala de redacción, personal administrativo y operativo.

Para arrancar de forma un tanto apresurada la operación y circulación del diario, se eligió un perfil de personas que en cada área contara con experiencia en otros periódicos, y se logró convocar algunas firmas de renombre que de inmediato le dieron peso y seriedad al nuevo proyecto, que aunque causaba incertidumbre por la premura con la que se creó, los invitados a este proyecto se mostraron convencidos de hacer un periodismo independiente y cubrir el vacío informativo que existía (y existe aún) en la ciudad.

Con el planteamiento de un proyecto serio y profesional, y la promesa y el compromiso de ofrecer contratos, prestaciones de ley y sueldos acordes con los puestos (tomando en cuenta que era un proyecto nuevo), por parte de Guillermo Ortega Ruiz, quien fungía como director de la franquicia en Guadalajara y director del medio en el Distrito Federal, su hermano Benjamín Ortega Ruiz, subdirector, y Moisés Mora Cortés, editor en jefe, el equipo aceptó en un inicio sumarse a la creación de un nuevo periódico en esta ciudad. Desde un principio los directivos

aseguraron que tenían recursos suficientes para sostener sin ingresos publicitarios, durante dos años, al impreso.

No pasó mucho tiempo para que el proyecto fuera desfigurándose y tomando otro rumbo.

Las primeras personas en sumarse al proyecto firmaron contrato con vigencia del 1 de octubre al 30 de noviembre; el segundo grupo del 1 al 30 de noviembre (los que se sumaron después nunca firmaron contrato), con el compromiso de regularizar la situación laboral de los empleados en el mes de enero de 2014.

Los contratos definitivos y las prestaciones nunca llegaron; por el contrario, la exigencia aumentaba y las condiciones laborales iban en detrimento. A esta situación se le sumó el atraso recurrente en los pagos de nómina de cinco días y hasta tres semanas. El equipo trabajaba sin prestaciones, como IMSS o Infonavit, sin contrato colectivo y con carencias materiales en la sala de redacción.

Debido a esta situación, los empleados redactaron una carta (el 8 de mayo de 2014) con la finalidad de recibir una explicación coherente, y se enlistó un conjunto de peticiones para hacer cumplir las promesas que se les habían planteado al comienzo, como estabilidad laboral por medio del cumplimiento del pago de salario en tiempo y forma, prestaciones de ley, un ambiente respetuoso y cordial y un reglamento interno de trabajo. El documento incluyó aspectos de la organización enfocados a la definición de puestos y responsabilidades, además de contar con las herramientas y condiciones de trabajo necesarias.

La carta iba dirigida a los hermanos Ortega Ruiz y la signaron 22 personas entre editores, reporteros, fotógrafos, coeditores web y diseñadores, de un total de 31 que conformaban el equipo de la sala de redacción.

A partir de ese momento, en lugar de mejorar y dar solución a peticiones válidas, se generó un ambiente hostil por parte de mandos directivos, así como de incertidumbre y temor de despidos por parte del personal de la sala de redacción que firmó la carta.

La situación fue empeorando. A partir de mayo algunos empleados optaron por renunciar ante un ambiente laboral inestable, otros continuaron con la convicción de que vendrían las prometidas mejoras y unas más, aunque desconfiadas, decidieron seguir en el proyecto esperando otra oportunidad laboral.

Si eso no era suficiente, la línea editorial dejaba entrever una filiación con el gobierno estatal priista en turno. Al mismo tiempo aumentaban los rumores sobre la conformación del grupo de accionistas del periódico, entre los que figuraban Alberto Lamas, jefe del gabinete del gobierno de Aristóteles Sandoval, señalado como el responsable de amarrar los contratos publicitarios con distintos medios.

La especulación de un gran recorte de personal estaba latente ante la inestabilidad económica del proyecto, a escasos ocho meses del lanzamiento del primer número.

Ante un ambiente laboral hostil, incluso de espionaje para disuadir la organización de los trabajadores, el periódico siguió circulando como “la opción informativa de periodismo crítico que los jaliscienses esperaban”.

Los problemas administrativos aumentaban a la par de la supeditación a una política editorial oficialista. Las peticiones de mejoras en las condiciones laborales durante todo el 2014 no fueron escuchadas; por el contrario, el diario acumuló demandas laborales por despidos injustificados.

Dos personas fueron despedidas el 30 de julio y sus casos se negociaron en la Procuraduría del Trabajo. El

argumento fue que se trató de un reajuste administrativo, aunque el evidente trasfondo era sacar a personas que resultaban incómodas por su visión crítica y exigencias laborales, desde la perspectiva de los directivos del periódico. Previamente un fotógrafo refirió que fue despedido de forma arbitraria y logró negociar.

La “desbandada” de personal siguió hasta el mes de octubre para después dar lugar a dos despidos más. El periódico sumó dos demandas, que se encontraban sin resolver hasta enero de 2015.

Del equipo fundador, hasta el mes de diciembre de 2014 continuaban 14 personas; 13 ya habían abandonado el proyecto en diferentes circunstancias.

Para el 20 noviembre el Grupo Periodístico Crónica Jalisco, SA de CV, anunció cambios importantes en la organización, que impactaron directamente a la franquicia en Guadalajara con la salida de la dirección y subdirección, respectivamente, de Guillermo y Benjamín Ortega Ruiz.

“Al dar a conocer los cambios a la comunidad de trabajo de Grupo Crónica, Jorge Kahwagi Gastine (director general) explicó que los ajustes decididos por el consejo editorial obedecen al interés del grupo de ser un protagonista más competitivo en el ámbito de la comunicación y profundizar el compromiso del diario con las mejores causas del país en materia de justicia, democracia y fortalecimiento del estado de derecho. Kahwagi pidió apoyo pleno para los nuevos directivos y confió en que los resultados positivos de los ajustes se percibirán de inmediato”, se leía en la nota publicada por *Crónica* de la ciudad de México en su portal de Internet.

Para el martes 16 de diciembre los hermanos Ortega ya no aparecieron más en el directorio de *La Crónica de*



*Hoy Jalisco* y desalojaron las oficinas que ocupaban en Plaza Exhimoda, sin despedirse formalmente ni aclarar la situación, como correspondía, ni con los lectores ni con el personal al que recurrieron en un principio para arrancar el proyecto. Simplemente lo dejaron al garete.

Al frente de *La Crónica de Hoy Jalisco* quedó el caricaturista Manuel Falcón, quien venía fungiendo como director editorial aunque no acudía a las oficinas ni se involucraba en la operación cotidiana del diario, mientras Benjamín Ortega operaba el proyecto. La empresa que dirige Jorge Kahwagi Gastine tomó el control de la franquicia en Guadalajara, cambió de razón social y poco se sabe con claridad acerca de quiénes conforman la junta de accionistas que lo apoyaron para continuar con el proyecto.

Actualmente el Grupo Periodístico Crónica Jalisco, SA de CV, tiene presencia en el Distrito Federal, Hidalgo y Chihuahua.

## FUSIÓN Y DESPIDOS

“La ropa sucia se lava en casa” y, como lo hacen otros medios de comunicación, el caso de *Reporte Índigo* no fue la excepción. El grupo editorial multimedia sufrió en 2014 reajustes financieros y un masivo recorte de personal, el cual fue tratado con suma discreción tanto por sus directivos como por los colaboradores.

Como parte de los cambios, se fusionó con Grupo Mac Multimedia (*Reporte Índigo* 17 de febrero), que adquirió 60 por ciento de las acciones de la empresa fundada por Ramón Alberto Garza en Monterrey.

Al frente de Mac Multimedia se encuentra Luis Maccise. La empresa está conformada por algunos rotativos como

*Diario Deportivo, Estadio, Revista Cambio, Capital de México, Rumbo de México, Diario DF, The News y El Diario de Toluca*, además de *Green TV* y Grupo Radiodifusoras Capital (13 estaciones de radio). También tiene una sociedad con Grupo Prisa (editor del periódico español *El País*).

Según lo publicado, la asociación contemplaba trabajar en conjunto en la parte operativa, de distribución y voceo en diferentes puntos de la república mexicana para impulsar la presencia de *Reporte Índigo*.

“Esta nueva alianza se incorpora al acuerdo de intercambio con Grupo Prisa [...] firmado en agosto de 2013 [...] Los objetivos sociales y empresariales de ambas casas garantizan valor tanto a los inversionistas y colaboradores, como a los anunciantes y, sobre todo, al público que diariamente lo consulta”.

Para sorpresa de los colaboradores, quienes ante la fusión esperaban formar parte del crecimiento de *Reporte Índigo*, la primera semana de diciembre se les anunció de un masivo recorte de personal, el cual incluía a más de la mitad de la plantilla del personal en sus tres plazas: Monterrey, Distrito Federal y Guadalajara.

En Monterrey comenzaron a moverse las piezas. Como práctica repetitiva, son los abogados y no los directivos los que anuncian cambios importantes en las empresas, y más aún si se trata de recortes de personal. Según relatos de colaboradores, fue en esa ciudad en donde incluso hubo enfrentamientos físicos y verbales (entre abogados, directivos y colaboradores), ante la forma en que se les notificó sobre su liquidación.

*Reporte Índigo* contaba con una plantilla de 80 personas (11 fundadores) y según la versión de un colaborador, se les informó de la intención de conservar solamente a 10

personas y despedir a 70; al final, por conversaciones entre directivos-socios, salieron alrededor de 40 colaboradores (a enero de 2015).

Es importante señalar que hubo un desmantelamiento del equipo multimedia (algo irónico, ya que este medio comenzó y se caracterizó por su fortaleza en contenidos multimedia), el cual radicaba en Monterrey, y el coordinador del área fue trasladado al Distrito Federal.

En Guadalajara salió la editora que arrancó el proyecto, Olga Villegas, así como un fotógrafo. Para continuar con el proyecto se quedaron dos reporteros, un editor y una persona encargada de multimedia.

*Reporte Índigo* llegó a Guadalajara en 2011 con fuerza y una aparente solidez financiera, ofreciendo a los empleados de base (no así a los practicantes) salarios mensuales por encima de los que se pagan en periódicos de la zona metropolitana de Guadalajara (15 mil o más), contratos, prestaciones y oficinas de calidad ubicadas en la llamada zona financiera (avenida Américas), pero en un lapso de tres años el proyecto fue decayendo, hasta llegar al recorte de personal y quedarse sin oficinas, teniendo que continuar sus reuniones de trabajo en cafés u otros sitios acordados por los colaboradores (hasta el 25 de enero de 2015).

Las personas que continuaron en *Reporte Índigo GDL* firmaron contratos y nómina con la nueva administración, y se les argumentó que los cambios formaban parte de un proyecto para sanear las finanzas del grupo editorial (enero de 2015).

Se solicitó entrevista con algunos colaboradores despedidos, pero con la explicación de no afectar su proceso

de demanda contra *Reporte Índigo* optaron por no dar su testimonio, por el momento, para este trabajo.

## MVS JALISCO DESPIDE A TITULAR DE NOTICIARIO

Con una trayectoria de 20 años como periodista, Alberto Osorio, colaborador de la revista *Proceso Jalisco* y extitular del noticiario matutino de MVS Jalisco, fue despedido de este último por presiones políticas a los empresarios del medio.

Osorio es autor de los reportajes “Gobierno de Jalisco reparte más de 360 millones en publicidad” y “La mesa de estrategia... sucia” en la revista *Proceso Jalisco*, los cuales, al parecer, no le gustaron a los integrantes del llamado “cuarto de guerra” del gobierno del estado, conocido también como el “war room de Aristóteles”. Este tema cobró relevancia pues se dio a conocer que desde ahí se desprenden las estrategias en comunicación y un proyecto para desestabilizar a las fuerzas políticas de oposición, específicamente al partido Movimiento Ciudadano, y son quienes han sido críticos con el gobierno en turno los que han padecido las consecuencias.

Desde este “cuarto de guerra” además se planifica el dinero que se reparte por contratos publicitarios a diversos medios de comunicación. Al frente de ese grupo se encuentra Alberto Lamas Flores, quien se desempeña como jefe de gabinete y al que se considera una persona muy cercana al gobernador de Jalisco, Jorge Aristóteles Sandoval Díaz.

A este personaje, quien se ha vuelto clave en la relación que lleva el gobierno del estado con los medios, se le iden-

tifica como el que concreta los contratos publicitarios y se encarga de cuidar la imagen de su jefe, esto incluye todo lo “malo” que se publique sobre él. Además, como ya se dijo, fue uno de los principales accionistas del periódico *La Crónica de Hoy Jalisco*.

En ese tenor, algunos medios optaron por la autocensura para no perder contratos publicitarios, y en otros casos se ha optado por pedir la cabeza de periodistas críticos o incómodos y que contravengan a los intereses de la relación entre medios y gobierno.

Tal es el caso del periodista Alberto Osorio, quien estuvo escasos seis meses como titular del noticiario matutino, el cual se transmitía de lunes a viernes por la estación EXA, en un horario de 9:00 a 9:30, inmediatamente después de que se interrumpía la transmisión del noticiario nacional de Carmen Aristegui.

El 10 de septiembre de 2014 Osorio informó a través del micrófono a su audiencia: “No me despiden, me despiden. Esto corresponde a la ejecución de un acto soberano de censura contra la libre expresión aquí en Jalisco”.

En entrevista relató que días antes de su cese de la empresa Osorio tuvo conocimiento de que el director regional de MVS Jalisco, Jorge Martínez del Campo, sostuvo una reunión con Alberto Lamas Flores. Después de ese encuentro el directivo de la estación de radio entabló una conversación con el productor del noticiario, Víctor Hugo Magaña, en la que, a decir de Osorio, se le reclamó por algunos contenidos, en especial algunos trabajos periodísticos que hizo para la revista *Proceso Jalisco*.

“Semanas antes me habían dicho que el programa iba en primer lugar de audiencia en el espacio. Nos presentaron algunos datos de que incluso estábamos subiendo un poco

la audiencia de Aristegui, que ya de por sí lo dejaba muy alto”.

Al precisar cómo fue su despido Osorio contó que le dijeron: “No eres el perfil de conductor que estamos buscando”. Su salida la describió como una situación abrupta y enfatizó que Jorge Martínez del Campo no se presentó en persona para comunicarle los motivos: “Ni siquiera tuvo los tamaños para decírmelo a la cara, que si hubiera sido así, yo en un acto de osadía le digo cómo se debe de negociar el pellejo de un reportero para que saque el mayor beneficio”.

Es importante subrayar que antes de la salida de Alberto Osorio, la periodista Cecilia Márquez había abierto la plaza en la entidad en junio de 2013, aunque permaneció solamente 10 meses como titular del noticiario.

A escala nacional la marca de MVS y en especial el noticiario de Carmen Aristegui se ha distinguido por el alto nivel crítico de sus contenidos, cuenta con prestigio y credibilidad entre la opinión pública y de distintos sectores, razón por la cual para Alberto Osorio es lamentable que en regiones como Jalisco se busque no incomodar a las instituciones por los intereses que existen de por medio en cuanto a la firma de contratos publicitarios.

Para continuar adelante con el noticiario, Víctor Hugo Magaña, que fungía como productor, quedó como titular frente a los micrófonos.

## APAGAN SEÑAL EN TEPATITLÁN

El 8 de enero de 2015 Televisa hizo oficial la adquisición del cien por ciento de Telecable de Zapopan por 3 mil millones de pesos. La empresa perteneciente a Cablevisión,

red que a su vez forma parte del Grupo HEVI, propiedad de la familia Vielma (dueños de canal Ocho TV y presentes en la política), presta servicios de video, datos y telefonía, y tiene presencia en Jalisco, Aguascalientes, Michoacán, Guanajuato, Colima, Nayarit, Zacatecas, Chiapas, Querétaro y Tamaulipas.

Aunque los rumores sobre el interés de Televisa en comprar Telecable se iniciaron en el año 2013, durante el 2014 se intensificaron, aunque directivos de Grupo HEVI negaban una venta total. Así lo documenta una nota publicada en el periódico *Excélsior* (22 de enero 2014), en donde Jorge Vielma, director comercial, aceptó un acercamiento entre Televisa y Telecable: “No vamos a vender en este momento, salvo que hubiera una oferta muy buena”. En esa ocasión declaró que la empresa canalizaría inversiones por 150 millones de dólares para equipamiento y desarrollo de la red, sumados a 100 millones de dólares en 2013 que se destinaron para el mismo objetivo.

Sin embargo, las negociaciones favorecieron a Televisa y, como parte de esos ajustes, las televisoras regionales no entraron en el paquete de negociación. Tal fue el caso de Tapa TV, que tuvo que cerrar, y las cinco personas que colaboraban fueron liquidadas de un día para otro.

Cynthia Gómez tenía dos años y ocho meses en Tapa TV como reportera. El 17 de diciembre de 2014 salió a trabajar como todos los días, al igual que sus compañeros, la diferencia fue que ese día el noticiario Central Noticias ya no se transmitió.

La reportera, que cubría las fuentes de protección civil, obras públicas, sesiones de ayuntamiento y la denuncia ciudadana, relata que llegó un abogado al canal y habló con el líder del equipo para informarle que el 18 de diciembre

tenían que ir a Guadalajara a firmar y recibir su liquidación: “Sabemos que es un despido injustificado pero serán liquidados conforme a ley”, les comentó el abogado.

Los trabajadores tenían contrato con Grupo HEVI y no recibieron explicación alguna, ni un correo o reunión con los directivos del canal en Guadalajara, nada.

Fue hasta el 8 de enero del siguiente año cuando confirmaron, por publicaciones en distintos medios de comunicación, sobre la compra de Televisa.

Pese a las precarias condiciones laborales que tenían, Cynthia asegura que amaban su trabajo y que no tener ni la oportunidad de despedirse de la audiencia fue un fuerte golpe profesional y personal. “El miércoles a las 8:00 de la noche nos avisan (el noticiario se transmitía a las 9:00), ya teníamos las notas y todo preparado para el noticiario y ni siquiera nos pudimos despedir de la audiencia. El jueves el canal ya estaba cerrado”.

El abogado les pidió presentarse el jueves por la mañana para que entregaran sus chalecos, cámaras, micrófonos y todo lo que tuvieran de la empresa. Firmaron y pusieron huellas en diferentes documentos y después los trasladaron a Guadalajara para acudir a la Junta de Conciliación y Arbitraje de la Secretaría del Trabajo.

Llegaron a las oficinas cuando todo estaba cerrado y el abogado los “invitó” a cerrar el papeleo en un negocio de comida económica anexo al edificio (en el centro de Guadalajara); ahí les entregó sus cheques, después los llevó al corporativo (ubicado por Centro Magno) para que les entregaran unas cartas de recomendación, a solicitud de los despedidos, y enseguida el abogado se fue.

“La gente nos trató de una forma muy indiferente, ‘Ah, vienes de Tepa’, nos decían. Estuvimos esperando alre-



dedor de hora y media para que nos dieran una escueta carta de constancia de haber laborado para la empresa. El abogado se había comprometido a regresarnos a Tepa, pero eso no sucedió, ya nadie se quiso hacer responsable de nosotros. Habíamos estado todo el día ahí con él, sin comer, nos traía de arriba abajo y nos dejó ahí. Fueron unos técnicos del canal, de los que acomodan los cables y que trasladan a las vendedoras, los que nos ayudaron”.

Cuando se le pregunta a Cynthia si quedó conforme con la cantidad de dinero con la que la liquidaron, contesta convencida: “No, porque yo no quería dinero, yo quería mi empleo. No hay nada que supla la ausencia del trabajo”.

La reportera reconoce que las personas que conocían de las condiciones con las que trabajaban la cuestionaban por seguir en el canal pues durante el tiempo que estuvo ahí no hubo intenciones de mejorar las instalaciones ni mucho menos les ofrecieron las herramientas necesarias para trabajar.

No contaban con vehículos para desplazarse de un municipio a otro, tenían que disponer de su salario para pagar los camiones, y parte del equipo también lo ponían a disposición de la empresa (cámaras, computadoras, grabadoras). Cynthia ganaba 4 mil pesos mensuales y contaba con las prestaciones básicas de ley.

Al igual que ella, Eduardo Castellanos también colaboró como reportero, pero todos tenían que hacer las veces de camarógrafos y editores para terminar sus notas. Él se “salvó” del cierre del canal pues renunció ocho meses antes debido a la precariedad de las condiciones laborales.

En su caso, obtuvo un contrato por medio de una empresa *outsourcing*, un salario de 3 mil 500 al mes, sin prestaciones de ley, por ende sin seguro social.

El trabajar hasta 12 horas diarias y ver lo castigado de desempeñar la profesión lo obligó a hacer un alto para replantear su camino profesional. “La profesión no es bien remunerada, está muy castigada y no entiendo por qué no se paga igual que, por ejemplo, a un arquitecto o un ingeniero. Se idealiza y se cree que el periodista, por esa imagen bohemia, no necesita ganar bien. La gente que se dedica a esto debe exigir más y que se le dé su lugar a la profesión”.

Tepa TV tenía un alcance regional que comprendía las poblaciones de Jesús María, Arandas, Capilla de Guadalupe, San Ignacio Cerro Gordo y Acatic. Actualmente la única opción, antes su competencia directa, es TV Cable Tepa, fundada por Enrique Villaseñor, y la cual comenzó sus operaciones en 1994, además de las señales abiertas de Televisa y TV Azteca.

Con la compra de Telecable de Zapopan, relata Cynthia, tuvieron conocimiento del cierre de otras pequeñas televisoras en municipios de San Juan de los Lagos y Lagos de Moreno, Jalisco; San Juan del Río, Querétaro, y Tampico, Tamaulipas.

## CONSIDERACIONES FINALES

Con los casos expuestos es evidente que los periodistas y trabajadores de esos medios se encuentran ante un panorama de incertidumbre e inestabilidad laboral, ya sea por presiones de los mismos directivos debido a la importancia de la relación entre estos y el poder político y, como se ha mencionado en publicaciones anteriores, la falta de unión del gremio y de una instancia que se dedique a defenderlos de atropellos laborales.

Es importante señalar que el XVII Informe de Violaciones a los Derechos Humanos Laborales 2013 del Centro de Reflexión y Acción Laboral (Cereal), indica en el apartado de las condiciones laborales de los periodistas en Jalisco que en 2014 hubo menos prestaciones que una década atrás y cita como ejemplo el caso del periódico *Milenio Jalisco*, en donde solamente tres reporteros mantienen contrato con Página 3 (del extinto periódico *Público*), y como se documentó para esta publicación (“2013: un año marcado por despidos en diversos periódicos”) los que se integran lo hacen bajo el esquema de honorarios.

Además de exponer la problemática por muchos sabida y vivida, es preciso poner sobre la mesa la reflexión de cómo influye el hecho de vivir en la incertidumbre laboral y en la desprotección, en el deterioro profesional y personal. Siguen pues abiertos los cuestionamientos, ¿cómo transformar la situación? ¿Por qué el gremio periodístico defiende causas ajenas y no la propia?

## ***La triste historia de los informantes desinformados (o el cuarto de guerra que hacía todo mal)***

VANESA ROBLES

El de “cuarto de guerra” es un concepto choteado. Si uno escribe “cuarto de guerra” en un buscador de Internet encontrará que existen cuartos de guerra en Apizaco, Chiua-tempan, Xaloztoc, Zacatelco y en decenas de localidades más de México y América Latina, que oficialmente gozan de mucha paz y extraoficialmente poseen un cuarto de esos. Yo me lo imagino como un sótano oscuro y húmedo, donde un grupo de hombres y casi ninguna mujer se ahogan en el humo de sus propios cigarros mientras, alrededor de una mesa astillada donde las tazas de café se apilan, discuten cuestiones de vida o muerte para la humanidad.

Esta visión se refuerza con un concepto que leí en la red, que se han plagiado lo mismo estudiantes que periodistas que empresarios y blogueros y que repetiré aquí por enésima vez: “*War Room* se refiere, en términos militares, a un lugar donde el Comandante en Jefe se reúne con sus principales colaboradores, mandos y consejeros, a fin (*sic*) de definir, desarrollar y dar seguimiento a sus planes de batalla, tácticas de combate y estrategias, antes de ser ejecutadas o descartadas, a fin de enfrentar una situación de conflicto inminente...”.

Una definición más “tropicalizada” es la de Gilberto Pérez Castillo, quien ha participado en algunos cuartos de guerra locales. Con conocimiento de causa, el asesor político los describe como “un equipo de especialistas de la co-

municación política”, con la misión de desarrollar tácticas “positivas” y “negativas”. Las primeras pretenden difundir “de la mejor manera” los mensajes de un candidato o del gobierno en turno. A las “negativas” las llama “campañas de contraste” y van contra el enemigo, para defenderse de sus ataques y enfrentar momentos de “crisis”. “Debe ser un equipo debidamente seleccionado y establecido”.

Incluso si uno no es muy listo, intuye que el cuarto de guerra huele, además de humedad, a conflicto y crisis.

En este momento debo confesar que con respecto a este tema había sido muy ignorante la mayor parte de mi vida. Escuché por primera vez *war room* un día de mediados de septiembre de 2013 ante unos exquisitos chilaquiles del hotel María Isabel, en la calle Montenegro, cuando un amigo muy cercano a mí y al cuarto de guerra del gobierno de Jalisco sacó de un sobre amarillo —el legendario sobre amarillo que existe, lo juro— una ficha donde la fichada era yo. “La hicieron en el cuarto de guerra”, soltó él como si nada y le creí. Se trataba de un par de hojas, mal redactadas, en letras mayúsculas, donde mi nombre y el nombre de algunos compinches resaltaban con negritas. “EL INFORMANTE NOS INFORMA”, ponían literalmente, que la periodista es colaboradora del diario *Milenio* —mentira, nunca he colaborado ahí. “EL INFORMANTE NOS DICE” que la susodicha tiene reuniones constantes con la srita. Olga Villegas, Olga y Villegas en negritas, editora de *Reporte Índigo*, para planear temas contra el gobierno de Aristóteles Sandoval —mentira, nos reunimos menos de lo que nos gustaría a tomarnos una cerveza y hablar de tarugadas; nunca en mi carrera de 22 años he escrito sobre políticos o grilla. “SEGÚN NUESTRO INFORMANTE”, pude leer en la ficha, la reportera le vende información al diario *Mural*, en

particular a su director —mentira, no conozco al señor y lo único que he ido a ofrecer a *Mural* es aretes y anillos de plata, que comercio para completar la quincena; dejé de ir un día que me corrieron: no se aceptan vendedores ambulantes, explicó el policía de la entrada. También estaba, muy en negritas, el nombre de otro buen amigo desde la universidad, que entonces trabajaba para el gobierno del estado y con quien, “DE ACUERDO CON EL INFORMANTE”, yo tendría una especie de pacto malévolo desestabilizador de gobernadores —háganmela buena.

Aquel día me divertí mucho. EL INFORMANTE estaba muy desinformado. Pero luego me entró intranquilidad cuando caí en cuenta de que ese trabajo, tan impreciso por cierto, se paga con mis impuestos y los de otros miles de contribuyentes. “Te pago para que me espíes bien”, diría, burlón, el corresponsal de *La Jornada*, Juan Carlos Partida, cuando casi un año después de los chilaquiles se supo que el cuarto de guerra también los tenía fichados a él y a muchos otros colegas.

Por la imagen de la habitación ahogada en humo que he desarrollado y perfeccionado en mi cochina cabeza, en parte gracias al filme *The Ladykillers*, el *remake* cinematográfico de los hermanos Cohen, y por los errores que describí antes, el término “cuarto de guerra” me parece, además de poco creativo, sobrado para describir las labores de la mesa de estrategia del gobierno de Jalisco, a la que alguien con una soberbia obstinada bautizó como *war room*.

El 9 de agosto de 2014 los periodistas de la revista *Proceso Jalisco* Alberto Osorio y Gloria Reza publicaron algunos detalles del funcionamiento del cuarto famoso y los nombres de algunos de sus integrantes permanentes

y de participantes esporádicos —Gilberto Pérez Castillo, entre ellos—, unos y otros encabezadas por Alberto Lamas Flores, exdirector comercial de Televisión Azteca y jefe de gabinete del gobernador de Jalisco, el priista Aristóteles Sandoval Díaz.

“Las prácticas diseñadas en el Cuarto de Guerra incluyen la creación de asociaciones civiles para que apoyen causas convenientes al gobierno, la organización de foros ciudadanos para lo mismo y la promoción de campañas negativas en medios electrónicos y escritos”, denuncia *Proceso*. Según la investigación periodística, “La mesa de estrategia... sucia”, entre miembros del grupo selecto hay desde servidores actuales del gobierno hasta asesores políticos que navegan con la bandera de las causas ciudadanas, pasando por experiodistas seducidos por el poder, como los que salen en las series gringas.

Osorio y Reza describen una de las “estrategias” de *The Ladykillers* jaliscienses para resolver la crisis de agua que afecta al municipio de Tlajomulco, gobernado por el partido Movimiento Ciudadano (MC) y en cuyos pozos profundos se han hallado cantidades significativas de arsénico —mortal y presente en la mayoría de los pozos cada vez más profundos de la zona metropolitana de Guadalajara. La gran táctica, inmortalizada en una minuta, fue: “Que la [Secretaría de Salud Jalisco] SSJ suspenda el servicio de pozo en la zona de López Mateos, la AC Agua Limpia y Vida Sana dé seguimiento a la queja interpuesta ante la CEDHJ y promover la firma de una denuncia colectiva ante el [Tribunal de lo Administrativo Estatal] TAE”. Todo eso, en vez de promover una investigación que arroje cómo demonios se dotará de agua menos tóxica a los millones que viven en Tlajomulco.

Basados en los reportes de algunas juntas, de las que esta reportera también posee una copia, los lectores de *Proceso Jalisco* supieron entonces que el talón de Aquiles del gobierno del estado es Enrique Alfaro, en estos días precandidato del MC para ocupar la alcaldía de Guadalajara. Otras minutas hablan de la necesidad de controlar a los habitantes de Temacapulín, la comunidad de Cañadas de Obregón que lucha para que la presa El Zapotillo no inunde sus calles y, junto con ello, el embalse no desequie a la zona de Los Altos de Jalisco, una de las más productivas de alimentos en el país.

Para volver al tema de las fichas y los fichados, varios registros del grupo estrategia están dedicados a los periodistas locales que reportan en su trabajo cotidiano casos como el agua con arsénico, la presa El Zapotillo... y las cantidades nada despreciables que el gobierno del estado gasta en los medios de comunicación para publicitar sus logros y, algunas veces, para presionar sobre los contenidos.

Los expedientes de los periodistas tienen información que la mayoría de las ocasiones es obvia, sosa o francamente falsa, como apunta el editor de *Proceso Jalisco*, Felipe Cobián, en su columna “Partidero” del 6 de septiembre de 2014.

Algunas de las observaciones minuciosas de los servidores públicos del *war room* sobre varios periodistas son, en el caso de Juan Carlos Partida, que si ya era crítico, ahora tiene más filo; en el de Rubén Martín, que es de izquierda, “generador de pensamiento crítico” —¡Guau! ¡Amenazador! De Sergio René de Dios, coordinador de la carrera de Periodismo del ITESO, el gran descubrimiento de *The Ladykillers* es que “es suegro del alcalde de Zapolopan, Héctor Robles Peiro” y, entre otros, del director



del diario *Público-Milenio* y Diego Petersen Farah, que es hermano del panista Alfonso Petersen Farah —¡Guau otra vez! “Matiza sus opiniones, dependiendo de los temas y de sus intereses”, acusa la ficha de Diego.

Las indagaciones tenaces y prolijas de los del *war room* quedarían en eso, en chistoretas que nos muestran que los políticos y sus asesores están convencidos de que los ciudadanos organizados y periodistas actuamos todo el tiempo como en un cuarto de guerra; inspirados en el afán de poder o por lo menos manipulados por intereses oscuros, como peones de ajedrez.

Quedarían en chistoretas de no ser porque han motivado el despido de varios periodistas que trabajan en Jalisco, muchos de los cuales prefieren callar para no quedarse desempleados.

Uno de los casos más sonados, porque el protagonista lo hizo público, fue el de Alberto Osorio, el investigador de *Proceso Jalisco* y quien fue conductor de MVS Radio (101.1 de FM) hasta la segunda semana de septiembre de 2014. No lo despidieron de *Proceso*, que ha publicado varios artículos sobre el gasto publicitario del gobierno de Aristóteles Sandoval en los medios de comunicación y donde su permanencia no sería negociable; lo corrieron de su empleo alterno en MVS —y vaya que los periodistas necesitamos un empleo alterno. El diario electrónico *Proyecto Diez* publicó que unos días antes del cese el director en Jalisco de MVS, Jorge Martínez del Campo, se había reunido con Alberto Lamas, quien decide cómo se distribuye la publicidad que el gobierno de Jalisco invierte en los medios de comunicación. “No me despido, me despiden. Esto corresponde a la ejecución de un acto soberano de censura

contra la libre expresión”, alcanzó a decir el reportero en su último programa al aire, el miércoles 10 de septiembre de 2014.

Entre la información que el equipo de reporteros de *Proceso Jalisco* había difundido, con la información que obtuvo después de realizar varias solicitudes a la oficina de Transparencia del gobierno de Jalisco, estaba que en el primer año y dos meses después de su llegada la administración de Aristóteles Sandoval Díaz gastó, en publicidad, más de 360 millones de pesos, que distribuyó entre estaciones de radio, canales de televisión, diarios formales y pasquines añejos o coyunturales. Una parte de la cantidad fue para proyectos “independientes” de periodismo y para algunas empresas con las que se relaciona a funcionarios públicos, incluso algunos que participan en el mismo cuarto de guerra.

En síntesis, de acuerdo con esta información los jaliscienses, a través de su gobierno, gastaron 25.7 millones de pesos cada mes, en la ejecución de la “táctica positiva” que consiste en presumir que el mandatario de la entidad se ve mejor cuando presume su trabajo que cuando lo hace.

La misma publicación indica que más de una cuarta parte de esta positiva actividad, más de 90 millones de pesos, benefició a las empresas Televisa y Televisión Azteca.

Por lo que ocurrió en el caso de Alberto Osorio y otros colegas que prefieren que no se los nombre, podemos suponer que la positividad incluye el poder de negociación para acallar las voces incómodas. Se desconoce cuánto fue el gasto en las estrategias “negativas” para la situación de crisis o conflicto, entre las cuales estarían la creación de asociaciones civiles priistas y el pago al INFORMANTE

desinformado o los informantes, en el caso de que sean varios, que han indagado y redactado información falsa, sosa u obvia del quehacer del enemigo, léase el reportero.

Es importante escribir aquí que los gobiernos priistas no son los únicos que acuden a tácticas de presión contra los comunicadores críticos. En Jalisco durante la administración de Emilio González Márquez (Partido Acción Nacional) e incluso antes, los ciudadanos le pagábamos el sueldo a Alberto Jiménez Martínez “La Antena”, director de área de la Secretaría de Finanzas y antes empleado de la Coordinación de Innovación y Desarrollo, hostigador y difamador de periodistas.

El 5 de diciembre de 2014, durante el Encuentro Internacional de Periodistas, el entonces reportero de *La Jornada* y hoy subeditor de *Reporte Índigo*, Mauricio Ferrer, leyó el “Pronunciamiento de Periodistas de Jalisco”, un documento suscrito por 90 comunicadores que expresan su inconformidad por

[...] el peso e injerencia que los grupos políticos que controlan poderes y entidades públicas (Ejecutivo, ayuntamientos, universidades, etcétera) van teniendo en distintos medios de información en el estado. La influencia del poder político, especialmente de quienes manejan los presupuestos de comunicación, se ha traducido ya en casos de ceses y despidos fulminantes, cerrando espacios para periodistas que han divulgado información o comentarios que incomodan al gobierno en turno.

Los periodistas que firmamos el pronunciamiento, la mayoría trabajadores en la zona metropolitana de Guadalupe-

ra, responsabilizamos a nuestros propios empleadores de la situación: “Gracias a convenios de publicidad con las empresas de medios, cada vez con mayor frecuencia se hace pasar como algo relevante lo que es en esencia propaganda de un gobierno o un funcionario público. Esa tendencia de introducir gacetillas disfrazadas de notas ocurre en televisión, programas radio, diarios y revistas que se editan en la entidad”. El documento hace patente la preocupación de que las presiones sean mayores durante las elecciones locales de 2015.

Ignoro qué pensaron los del *war room* del gobierno de Jalisco de ese pronunciamiento. Los imagino puteando a los prójimos, aparentando que no hay que darles tanta importancia, haciendo llamadas a los directores de un par de diarios para saber qué pasó con el reportero Fulano que firmó la carta abierta, mientras apagaban el último cigarro de su paquete en el cenicero, donde no cabe otra colilla.

## REFERENCIAS

- Arreola, F. (23 de abril de 2009). *El war room de Beatriz Paredes ¡armado por Televisa!* Recuperado de <http://goo.gl/pvUCVX>.
- Cobián, F. (6 de septiembre de 2014). Partidero. *Proceso Jalisco*. Recuperado de <http://goo.gl/P6wmoB>.
- De Dios, S. (31 de marzo de 2011). Periodistas que no se dejan. *El Informador*. Recuperado de <http://goo.gl/6qXb4e>.
- Despiden a Alberto Osorio en MVS Jalisco, un periodista crítico del gobierno de Aristóteles Sandoval (12 de septiembre de 2014). *Proyecto Diez*. Recuperado de <http://goo.gl/HXlr4a>.

- Osorio, A., Reza, G. (9 de agosto de 2014). La Mesa de Estrategia... sucia. *Proceso Jalisco*. Recuperado de <http://goo.gl/dZL6O8>.
- Pérez, G. (3 de octubre de 2011). “Cinco preguntas —y sus respuestas— acerca del War Room (Cuarto de Guerra)”. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://goo.gl/WZUVpc>
- Pronunciamiento de Periodistas de Jalisco (5 de diciembre de 2014). *Proyecto Diez*. Disponible en <http://goo.gl/xszhoU>.

## ***De los medios a los libros: los periodistas escritores***

MARCELA GUTIÉRREZ BLANCO

El mundo por sí solo es una sucesión de hechos que traducimos al lenguaje cultural que apreciamos y conocemos para que sea entendido por varios y compartido por muchos más. Es decir, creamos una herramienta práctica para no olvidarnos de lo que sucede a nuestro alrededor y comprenderlo de diferentes maneras.

El periodismo es una herramienta que ayuda a observar y registrar la realidad en la que el autor, lejos de mostrar su identidad dentro del relato, revela su habilidad para internar al lector en su texto.

Sin embargo, en el oficio periodístico que se compromete con una rigurosa lealtad a la veracidad y a la ética, algunos profesionales se topan con barreras que limitan su inspiración, por lo que se adentran en otros caminos para desarrollar libremente la escritura. Esta inquietud de introducirse en la literatura siendo un periodista no es algo nuevo, pero en los últimos años se ha dado con mayor frecuencia en Guadalajara. Como diría el periodista Iván González Vega, esto “es algo más que una coincidencia de gustos”.

Tal es el caso de Diego Petersen Farah, que en 2014 publicó *Los que habitan el abismo*, un excelente libro de ficción elaborado a partir de datos autobiográficos que le permitieron crear personajes, narrar la historia y transmitir su vasta experiencia profesional, ya que trata del periodis-

mo y las salas de redacción: “Es, en una parte, una reflexión sobre el oficio”, dice en entrevista Diego Petersen.

Otro caso es el de Juan Carlos Núñez Bustillos, que en su volumen *Retrato hablado: entrevistas con personajes de Guadalajara* (2013), reúne un centenar de entrevistas publicadas en un diario local tapatío de 2004 a 2008, durante 204 semanas, todos los sábados. Logra así un libro de cabecera para cualquier estudiante o interesado en el periodismo por su explicación introductoria sobre su teoría de la entrevista como género periodístico y los personajes que aparecen.

Un gran ejemplo más es José Alfredo Sánchez, periodista enfocado en la música y el periodismo cultural, conductor del programa radiofónico *Señales de Humo*, de Radio Universidad de Guadalajara, quien inspirado en algunos aspectos de la cultura de Guadalajara de los años setenta y ochenta crea una serie de crónicas, *De memoria*, en donde describe personajes, foros y movimientos culturales que surgieron en las artes plásticas, música y radio.

También figuran los periodistas Enrique Blanc con *Flashback: la aventura del periodismo musical* (2014) y Julio Ríos con *El cristero que quiso ser presidente* (2013), que aun con intereses diferentes y temas derivados de la música y la política nos ofrecen sus crónicas. Se trata de narraciones con perspectivas periodísticas, basadas en hechos reales, hechas a partir de entrevistas.

En la historia del periodismo, los periodistas siempre han sido narradores o intelectuales que luego continúan o ramifican sus carreras hacia el mundo editorial. El mismo origen del periodismo es el de un espacio burgués de discusión pública al que se adscribían los activistas

de la época o los intelectuales de la misma. Generaciones después, en América Latina el periodismo del siglo XX coincidió con muchas corrientes de la literatura que aprovecharon el periodismo para alimentar sus intereses. García Márquez, Vargas Llosa, Arlt, Onetti, Borges, tuvieron su propia dosis de producción periodística alguna vez, marcadamente el primero.

Así lo explica Iván González Vega. Y así continuó el deber de hacer periodismo después y durante los años sesenta, en los que escritores marcados por las dictaduras y el surgimiento de la democracia decidieron innovar en el oficio como otra forma de literatura.

En México, según González Vega, personajes como Vicente Leñero y Tomás Eloy Martínez, aun cuando eran periodistas tuvieron muy claro su interés literario y lograron combinarlo con sus iniciativas de profesionalización del periodismo hasta hacerse exitosos.

Estos periodistas reconocidos dieron pie a que en el actual escenario de Guadalajara se manifestaran, como una revelación, autores que escondidos en las redacciones anhelaban escribir desde su experiencia e imaginación en un nuevo campo.

En esta ocasión periodistas tapatíos enseñan que con el periodismo podemos forjar diversas aptitudes que facilitan el procesamiento de datos para obtener historias que ilustran de una manera artística la vida cotidiana. Es decir, con esta plataforma el mundo personal o el imaginario del autor ya no son la única base narrativa sino la realidad vista de forma periodística, mezclando entrevistas, reportajes o crónicas para contar una historia a partir del interés del creador.



Más allá de complementar una herramienta con la otra, periodismo y literatura, la pregunta principal es: ¿cuál es la relación entre el escritor y el periodismo actual?

Estamos viviendo una renovación periodística en los medios de comunicación, una reinención tanto en la manera de hacer periodismo como en la manera de proyectarlo. En el plano mundial durante décadas el periodismo fue producido de la misma manera, siguiendo las reglas del viejo oficio, el mismo formato y el mismo orden. Por otra parte, en ciertos medios locales los intereses económicos y publicitarios son los que modificarían los discursos editoriales, por lo que hablar de algunos temas o explicar la nota desde cierta perspectiva restringiría la escritura del periodista. Por esta razón la búsqueda de un nuevo horizonte fue necesaria.

Gracias a estas prácticas, que continúan en algunos medios, los periodistas irían adoptando roles que no les correspondían, llevándolos a cierta frustración. Reporteros que se convertían en las figuras públicas que ellos plasmaban en sus notas olvidándose de marcar distancia entre su estilo periodístico y el entorno que los rodeaba al reportear.

Sin embargo, esta transformación mediática, las ganas de querer cambiar la visión de esta profesión que nunca morirá y encontrar un buen rumbo para ella, fue la clave para que las editoriales voltearan a ver a los periodistas en todo el mundo, no sólo en términos de novela sino en los “*report books*”. De ahí la inspiración de varios periodistas para retomar la escritura a su manera.

Las ganas con que los periodistas ingresaron a las redacciones para querer cambiar el mundo difundiendo la verdad de las cosas es ahora un reto dentro de ellas; por

esta razón surgen los periodistas con proyectos independientes que buscan un campo más libre para proyectar sus pensamientos. O, por otra parte, personas interesadas en la literatura que quieren explorar el periodismo para aprender a complementar su narración con las diferentes técnicas que esta profesión ofrece.

Para Diego Petersen Farah hay dos tipos de periodistas,

Uno: los que se meten al periodismo sabiendo que quieren hacer ficción desde el principio y es el oficio que les permite mantenerse en algo similar mientras logran hacer ficción, que es el caso de Bernardo Esquinca, Antonio Ortuño, Mariño González, y dos: los que venimos de regreso, Jorge Zepeda y yo, que llegamos tarde y muy inspirados por Tomás Eloy Martínez. Tomás dijo que la novela le estaba dando de comer. Esa inspiración de Tomás nos enseñó que no había límite entre el periodismo y la literatura y queríamos hacerlo con la misma naturalidad con la que él la hizo.

En el periodismo las formas de escritura son muy concretas. Los periodistas que deciden ir más allá de lo que su profesión les exige y que lo han hecho muy bien durante varios años rompen sus propias barreras profesionales al cambiar patrones de escritura. Estos patrones incluyen temáticas éticas que abarcan el cuidado en la forma de escribir un texto y hacia quién va dirigido, ya que esto puede provocar daños a terceros o confundir la realidad con la mentira.

En la literatura el periodista crea su propio estilo, se expone y se hace responsable por lo que sale de su pluma sin tener que dar cuentas a nadie, mientras sea ficción. Es

un espacio en el que se descansa y libera después de abarcar un oficio tan demandante y dependiente del entorno.

De los ejemplos expuestos, los temas que los periodistas tapatíos reflejan en sus libros son hechos cotidianos, escenas cercanas al tratamiento periodístico que causan interés al lector. De forma detallada relatan lo que conocen utilizando suficientes datos, creando o describiendo con más ímpetu a los personajes. Periodismo y literatura se complementan en las técnicas narrativas, por lo tanto, escritores y periodistas se alimentan de ambas para explorar con curiosidad dos mundos que no están alejados uno del otro.

El mundo está cambiando y con él sus formas de comprenderlo. Para el periodismo es igual, ha llegado su momento de transformación y con él los que lo ejercen necesitan evolucionar con nuevos paradigmas y proyectos que enseñen a las jóvenes generaciones a que el oficio no se limita a las redacciones frustradas, sino que hay diversas opciones para explorar el gusto por la escritura y desarrollar historias que busquen trascender en el tiempo alimentando el intelecto del lector.

### ***III. Derecho a la información en Jalisco***



## ***Mucha administración, dosificada transparencia***

PEDRO MELLADO

La firma de acuerdos, la promoción de cursos y congresos, la aplicación de sanciones económicas leves y una pulcritud administrativa aséptica caracterizaron el desempeño del Instituto de Transparencia e Información Pública de Jalisco (ITEI) durante 2014.

Aunque se podría enumerar una larguísima lista de acciones administrativas, en la profundidad del balance cualitativo, luego de 12 meses de intensa labor de cabildeo y relaciones públicas, se observa que al ITEI le falta brío, herramientas y dientes fuertes para imponer con firmeza políticas que fortalezcan la cultura de la transparencia, la rendición de cuentas, el derecho al acceso a la información y a la protección de datos personales.

Ilustrativo es el caso de la renuencia férrea que asumió la administración estatal que encabeza Jorge Aristóteles Sandoval Díaz (2013–2018) a transparentar la información del Proyecto Ejecutivo sobre el trazado, los costos y las obras de construcción de la Línea 3 del Tren Eléctrico. En un clima de opacidad se iniciaron obras la primera semana de agosto de 2014 y terminarán, según anunció el gobierno estatal, en 2018. La información clave sobre el proyecto quedó reservada y no podrá conocerse en detalle hasta marzo de 2017.

Esto sucedió pese a que la información solicitada por ciudadanos, regidores y diputados de diversos partidos, así

como organizaciones independientes, es obligatoria, según disposiciones del artículo 8 de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios (LTAIP).

En otro ámbito, pero con características similares de opacidad, fue el caso del Patronato de las Fiestas de Octubre.

A través de un oficio, la Unidad de Transparencia de ese organismo público descentralizado (OPD) informó —según publicación del periódico *Mural* del 18 de diciembre de 2014— que el contrato de concesión del palenque, así como toda la información contenida en los contratos y convenios celebrados con patrocinadores, artistas, concesionarios y empresario, se consideraría información reservada hasta 2018, año en que concluye la actual administración estatal.

Por la misma vía de opacidad transitan los partidos políticos, pues según el balance que la propia presidente del ITEI, Cynthia Patricia Cantero Pacheco, ofreció públicamente el lunes 19 de enero del 2015, en la última evaluación referida al año 2014 los partidos políticos fueron los sujetos obligados más opacos, al terminar en el ranking más bajo de cumplimiento global por grupo, con 73 puntos sobre 100. Sus omisiones son reiteradas: la falta de información en materia financiera y administrativa.

Según el ITEI, otros rezagados en la evaluación final de 2014 fueron el Poder Judicial, con 85.9 puntos, y el Poder Legislativo, con 86.8 puntos. En la evaluación final del 2014 realizada por el ITEI, los más cumplidos fueron los organismos públicos desconcentrados, con 94.9 puntos.

La presidenta del Consejo del ITEI destacó que, pese a todo, hubo una notable mejoría en las instituciones

evaluadas de los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial, partidos políticos y organismos públicos, respecto de las calificaciones que obtuvieron en 2011 y 2012. “La calificación global que obtuvieron las 104 autoridades evaluadas en 2014 fue de 90, y es de reconocer que 72 de estas instituciones están por encima de la media con calificaciones de 90 a 99; cuatro tienen 90 y están décimas por debajo de la media, y son 30 las que tienen menos de 80 de calificación”, informó la presidenta.

El informe anual 2014 del ITEI fue entregado al Congreso de Jalisco el viernes 30 de enero de 2015.

Presidido por Cantero Pacheco, el ITEI tiene ahora un rostro más amable y una actividad frenética de supervisión básica, elemental, sobre el cumplimiento de los sujetos obligados, sin que se haya propiciado un cambio profundo que permita a los ciudadanos, a través de las herramientas de la transparencia y la rendición de cuentas, tener indicadores accesibles, visibles, para valorar la transparencia en el gasto y la pertinencia de las decisiones que se toman en el sector público.

Solo parcialmente se cumplieron en 2014 los propósitos que enuncia el artículo 2 de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios, que advierte que tiene por objeto reconocer el derecho a la información como un derecho humano y fundamental, que pretende transparentar el ejercicio de la función pública, la rendición de cuentas, así como el proceso de la toma de decisiones en los asuntos de interés público.

En el espacio de las simulaciones, los sujetos obligados por la Ley dieron algunos pasos para adelante solo cuando



tuvieron sobre ellos el ojo atento de la autoridad, pero retrocedieron flagrantemente cuando ya no se sintieron vigilados.

También es obligación fundamental la referida a los programas sociales que aplica el sujeto obligado, donde se señale cuando menos los objetivos, metas, presupuesto y reglas de operación del programa; los requisitos, trámites y formatos para ser beneficiario; la entidad pública ejecutora, el responsable directo, número de personal que lo aplica y el costo de operación del programa; el padrón de beneficiarios del programa, la medición de avances de la ejecución del gasto y el cumplimiento de metas y objetivos del programa, incluida la metodología empleada (artículo 8 de la Ley de Transparencia), información que difícilmente la autoridad pone a disposición del ciudadano común.

## RESPONSABILIDAD ADMINISTRATIVA

Fue en el ámbito de las responsabilidades administrativas donde el ITEI actuó con mayor frecuencia, aunque no con particular energía.

Impuso sanciones a diestra y siniestra, pero de bajo monto en general. Las más altas fueron de 3,238 pesos, equivalentes a 48 días de salario mínimo general en la zona metropolitana de Guadalajara, que era de 67.29 pesos diarios.

La LTAIP contempla, en diferentes supuestos, multas que van de 10 a 100 días de salario mínimo general vigente en el área metropolitana de Guadalajara; de 50 a 500 días de salario mínimo general; de 100 a 1,000 días de salario

mínimo general. Además de que deja abierta la posibilidad de sanciones administrativas al servidor público infractor: amonestación, suspensión o despido.

## DELITOS EN MATERIA DE INFORMACIÓN PÚBLICA

En 2014 no se presentó, por lo menos no oficialmente, algún caso que ameritara que el ITEI formulara denuncia penal por alguno de los supuestos contemplados en el Título Vigésimo Segundo del Código Penal de Jalisco, referido a “Los delitos en materia de información pública”.

Al respecto el artículo 298 contempla sanciones que van de uno a cinco años de prisión y multa por el importe equivalente de cincuenta a mil días de salario mínimo diario general vigente en la ciudad de Guadalajara. El rango iría de los 3,505 pesos a los 70,100 pesos, partiendo de la base de que el salario mínimo para 2015 es de 70.10 pesos diarios.

En este supuesto estarían quienes incumplieran las resoluciones definitivas del ITEI dictadas en los recursos de revisión de solicitudes de información; los recursos de transparencia denunciados por particulares; las revisiones oficiosas de las resoluciones de los procedimientos de protección de información confidencial.

También estarían en este supuesto —entre otros— quienes incumplieran los procedimientos de revisión de clasificación de información pública de los sujetos obligados; difundieran pública y dolosamente información pública clasificada como reservada; difundieran pública y dolosamente información pública clasificada como confiden-

cial, sin la autorización correspondiente; entregaran a un tercero información pública clasificada como reservada, o confidencial sin la autorización correspondiente, así como quienes modificaran de forma irrecuperable información pública, de manera dolosa y sin la autorización correspondiente.

## RESPONSABILIDAD CIVIL

Durante 2014 tampoco se presentó algún caso en el que se procediera con base en los enunciados que contempla el Artículo 128 de la Ley de Transparencia, con respecto a la responsabilidad civil —a instancia de la parte agraviada— que correspondería a quienes difundieran o publicaran información pública reservada o confidencial sin la autorización correspondiente, de conformidad a lo que prevé el Código Civil de Jalisco.

Con respecto a la responsabilidad civil, el Código Civil señala en su artículo 34 que “la violación de los derechos de personalidad bien sea porque produzcan daño moral, daño económico, o ambos, es fuente de obligaciones en los términos de este código”, y añade en el artículo 35 que esa responsabilidad “no exime al autor o responsable, de cualquier otra sanción que le imponga la ley”.

Tampoco se dio el supuesto descrito en el artículo 129 de la Ley de Transparencia con respecto a la responsabilidad política de algún servidor público que siendo superior jerárquico de algún sujeto obligado no hubiese obligado a su subordinado a cumplir las resoluciones del ITEI. En este supuesto cabría la promoción de juicio político para la destitución e inhabilitación del servidor público negligente.

## BITÁCORA 2014 DEL ITEI

### **Jueves 13 de febrero de 2014**

La presidenta del Consejo del ITEI informó que a partir del lunes 17 del mismo mes comenzaría a operar la Dirección de Protección de Datos.

Esta dirección especializada se encargaría de recibir las quejas de los ciudadanos que consideraran vulnerables o expuestos sus datos personales, que estén en posesión de alguna dependencia gubernamental, organismo autónomo o incluso de particulares. Además se encargaría de promover entre los sujetos obligados y la población en general el respeto de este derecho.

### **Miércoles 19 de febrero de 2014**

El pleno del Consejo del Instituto de Transparencia e Información Pública de Jalisco acordó imponer una multa de 3,028 pesos al titular de la Dirección de Administración y Recursos Humanos del Congreso del Estado, Agustín Araujo Padilla, por negarse a proporcionar información solicitada por un extrabajador a través de la Unidad de Transparencia (UTI) del Poder Legislativo.

El pleno también impuso una amonestación pública con copia al expediente laboral al presidente municipal de Tequila, Gilberto Arellano Sánchez, por no publicar en Internet la información fundamental a la que la ley lo obliga, ordenada en una resolución definitiva del pasado 29 de mayo de 2013.

Además, ordenó a la secretaría ejecutiva iniciar procedimiento de responsabilidad administrativa en contra

de Mauricio Fabián Buenrostro, director del Archivo Histórico de la Secretaría General de Gobierno del Estado de Jalisco, por no acatar el recurso de revisión 011 / 2014, en el cual un ciudadano solicitó acceso a los archivos de la Subsecretaría de Asuntos del Interior, de los meses de enero a diciembre de 1994, lo que le fue negado.

De la misma forma, se instruyó iniciar procedimiento de responsabilidad administrativa en contra del Ayuntamiento de Acatlán de Juárez por no emitir información solicitada en los términos que marca la ley y no constar que entregó la información a los ciudadanos que la pidieron.

### **Miércoles 12 de marzo de 2014**

El pleno del ITEI impuso una multa de 1,275 pesos al presidente municipal de Gómez Farías, Francisco de Paul Jiménez Mejía, por no publicar en la página de Internet oficial del Ayuntamiento la información fundamental que obliga la ley.

También determinó amonestación pública a siete funcionarios municipales del Ayuntamiento de Zapotlán el Grande, por no publicar información fundamental de sus dependencias: José de Jesús Núñez González, secretario general; José Miguel Baeza Alcaraz, director de Obras Públicas; Xóchitl Margarita García Aguilar, directora de Participación Ciudadana; Berta Flores Olvera, encargada de la Hacienda Municipal; Edwin José Peña Valencia, jefe de Proveeduría; María Eugenia Baltasar Rodríguez, jefa de Egresos, y Alfonso Fregoso Vargas, jefe del Comité Municipal de Planeación.

El ITEI estableció un plazo de 10 días hábiles para que el Ayuntamiento de Zapotlán cumpliera.

## **Miércoles 26 de marzo de 2014**

El ITEI impuso multa de 3,028 pesos y amonestación pública a Amarante Gonzalo Gómez Alarcón, dirigente del Partido del Trabajo (PT) en Jalisco, por incumplir la normatividad de transparencia en la página oficial de Internet de su partido en Jalisco.

## **Miércoles 2 de abril de 2014**

Por desacatar resoluciones del ITEI en dos ocasiones, se le impuso arresto administrativo de 12 horas a la alcaldesa de San Martín de Hidalgo, Juana Ceballos Guzmán. Omitió en distintas ocasiones subir a la página oficial del municipio información fundamental. La alcaldesa cumplió con el arresto de las 15:00 horas del viernes 4 de abril a las 04:00 horas de la madrugada del sábado 5 de abril, permaneciendo dentro de su propia oficina en la presidencia municipal.

Ese mismo día el ITEI multó con 1,275 pesos a José de Jesús Uribe López, alcalde de Villa Corona, Jalisco, por incumplir por segunda ocasión con la resolución de hacer pública información solicitada por un ciudadano relacionada con los servicios de telefonía celular de sus funcionarios, combustibles, flotilla de vehículos municipales y arrendamiento de inmuebles.

Multa similar le fue aplicada a Valente Rodríguez Güitrón, síndico de Atenguillo, por incumplir también en dos ocasiones con peticiones de información; además, se amonestó públicamente a Jorge Santiago Rodríguez González, subdirector de Planeación y Vinculación y titular de la Unidad de Transparencia del Instituto Tecnológico Supe-

rior de El Grullo, por negarse a proporcionar información sobre la contratación de seguros.

### **Miércoles 30 de abril de 2014**

El pleno del ITEI multó con 1,345 pesos al presidente municipal de Quitupán, Iraldo Contreras Aguilar, por no publicar información fundamental en la página de Internet de su Ayuntamiento.

Ese mismo día amonestó públicamente a los presidentes municipales de Jocotepec, Juan Francisco Oshea Cuevas; de Mixtlán, Lamberto Guerra Anaya, y de Zacoalco de Torres, Javier Jiménez Álvarez, también por incumplir con la publicación de información fundamental como presupuesto, plantilla, pagos a proveedores, adquisiciones, planes parciales, reglamentos, entre otra. A los tres se les fijó un plazo de 10 días hábiles para publicar la información.

### **Miércoles 7 de mayo de 2014**

El ITEI multó con 1,300 pesos a José de Jesús Navarro Cárdenas, presidente municipal de Colotlán, por incumplir por segunda ocasión con la publicación y actualización de la información financiera del ayuntamiento.

También multó con 3,238 pesos a los presidentes municipales de Chapala, Joaquín Huerta Barrios, y de San Juan de los Lagos, Heriberto Atilano González; mientras que a la alcaldesa de Atemajac de Brizuela, Belén Córdoba Dávila, se le multó con 1,300 pesos. En los tres casos por incumplir con la publicación de información fundamental.

## **Miércoles 14 de mayo de 2014**

Al considerarlo responsable de no proporcionar en tiempo y forma la información solicitada por ciudadanos el ITEI impuso tres multas por la suma de 1,942.80 pesos al director general de Administración de la Secretaría de Salud Jalisco (SSJ), José Luis López Maldonado.

## **Miércoles 28 de mayo de 2014**

Por incumplir con diversas disposiciones de transparencia el ITEI multó a la presidenta municipal de Cuquío, María Victoria Mercado Sánchez, con 3,238 pesos; al encargado de la hacienda municipal de Cuquío, Juan Carlos de Alba Mercado, con 1,295 pesos, y con la misma cantidad al director general del Sistema de Agua Potable y Alcantarillado y Saneamiento del Municipio de Ameca, José Agustín Jiménez Guerrero.

## **Lunes 2 de junio de 2014**

Dos de siete partidos políticos que tienen registro en Jalisco reprobaron la evaluación que realizó el ITEI de la información publicada en sus páginas de Internet. Cynthia Cantero Pacheco, presidenta del Consejo del ITEI, informó que el PRI obtuvo 96.28; PRD, 94.05; PAN, 93.54; PVEM, 93.14; MC, 90.33; PT, 22.50, y Nueva Alianza, 21.18 de calificación.

Explicó que se revisó información fundamental como el origen y destino de los recursos públicos y privados, los contratos de adquisición o arrendamiento de bienes y servicios con dinero público, sus estatutos, directorios, entre otra.



## **Miércoles 25 de junio de 2014**

El ITEI multó con 1,295 pesos a Emeterio Corona Vázquez, presidente municipal de Acatlán de Juárez, por incumplir por segunda ocasión con una resolución en la que se instruyó publicar en Internet información fundamental del municipio.

## **Lunes 7 de julio de 2014**

La presidenta del ITEI, Cynthia Cantero Pacheco, informó que las secretarías del Poder Ejecutivo de Jalisco aumentaron su calificación respecto de la información fundamental publicada en sus páginas *web* al pasar de 79 puntos, en 2009, a 93.97, en 2014.

Sin embargo, la presidenta del ITEI consideró que “debe haber apertura y publicidad de toda su información y todos sus actos incluso más allá de lo que les obliga la ley, y con mayor razón de aquellos proyectos y programas sociales que por su impacto y relevancia social implican un cambio en la vida de la mayoría de los jaliscienses, por lo que es imprescindible que esta información esté abierta y a disposición de todos”.

## **Lunes 28 de julio de 2014**

Con respecto a la información fundamental que publicaron en su página de Internet, el Congreso del Estado y la Auditoría Superior del Estado de Jalisco mejoraron su evaluación con respecto al 2009, dijo la presidenta del ITEI, Cynthia Cantero Pacheco.

El Poder Legislativo obtuvo en global 86.8 de calificación en la evaluación del primer semestre del 2014: la Auditoría Superior, 86.3, y el Congreso del Estado, 87.3 puntos. En 2009 el Congreso del Estado obtuvo 47 de calificación en publicación de información fundamental y la Auditoría Superior recibió 35 puntos hace cinco años.

### **Miércoles 30 de julio de 2014**

El ITEI multó con 1,300 pesos a la presidenta municipal de Cuquío, María Victoria Mercado Sánchez, por incumplir por segunda ocasión con la publicación de información fundamental en la página de Internet de ese ayuntamiento.

### **Miércoles 5 de agosto de 2014**

Con la explicación de que debería darse a la sociedad más herramientas para que ejerza su derecho de acceso a la información y conozca a las autoridades sancionadas por incumplir con las obligaciones de transparencia, el ITEI puso en línea el “Padrón de sanciones y medidas de apremio impuestas a funcionarios públicos o particulares”.

El padrón contiene las sanciones o medidas de apremio que quedaron firmes al no haberse interpuesto ningún medio de defensa en su término legal, así como las que fueron confirmadas por la autoridad judicial. El instrumento incluye el nombre del funcionario; dependencia a la que está adscrito o estuvo; motor de búsqueda y, además, un apartado con el seguimiento de la sanción o medida impuesta.

Se puede verificar si fue anexada a su expediente la amonestación pública, si pagó la multa o cumplió con el arresto domiciliario. El padrón está disponible en la página del ITEI o en la liga <http://www.itei.org.mx/v3/index.php?seccion=trasparencia&subsecc=art12-13>

### **Miércoles 3 de septiembre de 2014**

El ITEI multó con 3,238 pesos a José Luis López Maldonado, exdirector general de administración de la Secretaría de Salud Jalisco, por no entregar información solicitada por un ciudadano.

### **Miércoles 10 de septiembre de 2014**

El ITEI multó con 1,345 pesos a Florentino López Hernández, oficial mayor del ayuntamiento de Villa Purificación, por negar a un ciudadano la entrega de copia certificada de su nombramiento, antecedentes de actas administrativas y constancia de antigüedad como servidor público.

### **Miércoles 15 de octubre de 2014**

El ITEI amonestó públicamente y multó con 3,238 pesos a Ramiro Hernández García, presidente municipal de Guadalajara, por incumplir con la publicación de información fundamental en el portal de Internet de su ayuntamiento.

### **Miércoles 29 de octubre de 2014**

El ITEI amonestó públicamente y multó con 3,238 pesos a Jorge Arana Arana, presidente municipal del ayunta-

miento de Tonalá, por incumplir con la publicación de información fundamental en el portal de Internet de ese ayuntamiento.

La sanción se derivó de un incumplimiento desde 2013, cuando el ayuntamiento debió publicar la nómina y el presupuesto de egresos de los últimos seis años.

### **Miércoles 3 de diciembre de 2014**

Por no acatar leyes y reglamentos de la Ley de Transparencia, el ITEI sancionó a Nancy Paola Flores Ramírez, titular de la Unidad de Transparencia del Ayuntamiento de Guadalajara, con una amonestación pública y una multa por 647 pesos con 60 centavos.

### **SIN CAMBIOS NI AVANCES**

Sin dientes para morder y sin bríos para ir más lejos, el ITEI que preside Cynthia Patricia Cantero Pacheco ha transitado sin pena ni gloria en la confortable zona en la cual ha ajustado su actuación a un ámbito jurídicamente limitado y de alcances administrativos rutinarios.

La presidenta del ITEI ha preferido mantener la institucionalidad frente a los poderes del Estado (Ejecutivo, Legislativo y Judicial) siendo laxa en la aplicación de sanciones a los sujetos obligados incumplidos o rebeldes.

No ha habido de parte del ITEI interés claro para vincularse y apoyarse en organizaciones de la sociedad civil que por caminos alternos, con muchas dificultades y sobrada esperanza, han tratado de ampliar los espacios de la fiscalización, la transparencia y la rendición de cuentas.

El viernes 28 de junio de 2013 Cantero Pacheco fue electa nueva presidenta del ITEL, en sustitución de Jorge Gutiérrez Reynaga. Obtuvo el voto de 29 de los 35 diputados presentes en la sesión del Congreso de Jalisco. Un año y medio después de su nombramiento no podría afirmarse que la cultura de la transparencia y la rendición de cuentas hayan tenido avances sustanciales.

Jalisco no es todavía un estado transparente en el cual se respete el derecho de los ciudadanos a saber cómo se toman las decisiones en el ámbito público, con cuáles criterios, pertinencia, racionalidad y eficiencia, así como el destino final y la honradez con la que se manejan los recursos económicos que aportan los contribuyentes.

#### ***IV. Los que se fueron***



## ***“Rudy”, 61 años de fotoperiodista***

OCTAVIO COVARRUBIAS  
Y ELISABETH RAMÍREZ

Sus manos cambiaron las baquetas de la batería por el enfoque del lente y el obturador de una cámara. Rodolfo Rosales López, mejor conocido como “Rudy”, fue un fotoperiodista tapatío que plasmó en sus negativos una parte de la historia de Guadalajara.

Rudy trabajó más de seis décadas en el periódico *El Informador*. Su acercamiento a la fotografía lo propició su hermano, quien trabajaba en la revista *Times* y le regaló su primera cámara. Su legado comprende hechos históricos de Guadalajara como la construcción de la Cruz de Plazas, el desplazamiento del edificio de Teléfonos de México e incluso el desnudo involuntario de Marilyn Monroe, fotografía que nunca fue publicada porque no supo dónde quedó.

Sus colegas de *El Informador* lo recuerdan como una persona sencilla. Una de sus frases favoritas era: “Hay que darle el lugar a la gente”, lugar que Rosales López otorgaba a través de la cámara. Como si todo más allá de la lente fuera un escenario listo para que los personajes contaran su historia y él fuera el encargado de retratarla.

El periodista Antonio Flores Pozos, exjefe de cierre de *El Informador*, recuerda cuando conoció a Rudy en el año 1971 en la sala de redacción del periódico: “Él era el jefe del Departamento de Fotografía, ordenaba los trabajos de cada día, las fuentes y notas a cubrir. Rudy era un apasionado de su trabajo, celoso de la profesión, exigente con los fotó-



grafos a su mando: Guillermo Guzmán, Jesús Rodríguez ‘el Chato’, Jorge López, Carlos Hernández, Daniel Ávila... Era un jefe exigente, pero también un gran amigo y compañero de trabajo”.

En 2010 se publicó un libro que recopila parte de los 61 años de carrera profesional de Rudy. Toda una vida en la que su única arma disparaba flashes y no balas, la cual, según sus familiares, soltaba solo para ir al baño, argumentando que siempre había algo a qué tomarle una fotografía. Esa pasión por retratar fue reconocida por la Unión de Fotógrafos de la que formaba parte y que entrega desde 2010 la medalla “Rudy” a los fotógrafos más destacados de Jalisco.

Rosales López era conocido entre la sociedad de Guadalajara porque durante muchos años se especializó en el área de sociales: cubría bodas, fiestas de quinceaños, bautizos... Toda clase de eventos de la “alta sociedad” de aquellos años. Ello le valió el reconocimiento y la estimación de muchas de las familias más conocidas de Guadalajara, recuerda Flores Pozos.

Rudy también incursionó en el área deportiva, donde cubría sobre todo deportes de élite, especialmente el golf y el hipismo. “Se pasaba días enteros en los campos de golf cubriendo los torneos, sobre todo en el Country Club. Y con el paso del tiempo también practicó este deporte, por cierto con éxito. Anualmente se hacía un torneo para periodistas que cubrían la fuente, y en no pocas ocasiones fue el ganador”.

Otra de sus pasiones era el tiro el blanco. También competía de vez en cuando, tanto en el Club Cinegético Jalisciense como en el Club Diana, allá por el rumbo de La Venta del Astillero. Era bueno con el rifle y la pistola,

incluso nació y se acrecentó una rivalidad deportiva en esta disciplina con otros periodistas, como Enrique Aceves “Latiguillo”, Aurelio Cortés Díaz y su compañero de profesión Guillermo Guzmán.

Salvador Alcalá Nava, quien durante más de 50 años ejerció el fotoperiodismo en Jalisco, cuenta que conoció a Rudy en 1958 o 1959. En esos años sólo había dos fotógrafos de prensa: Rudy y Alejandro Ornelas, uno en *El Informador* y otro en *El Occidental*. Rudy era “un jovenazo, un toro imponente”. Era una excelente persona, querida en todas partes, que se rozó con la élite social de la época. Siempre admiré cómo utilizaba el equipo más moderno de la época, recuerda Alcalá Nava, quien durante décadas compartió con Rudy miles de coberturas informativas. “Unos días antes de su muerte me tomé una foto con él, con un lente nuevo”.

El hombre que llegaba en motocicleta a la redacción de *El Informador* y que retrató a personajes como Walt Disney, al actor Gregory Peck o a Juan Rulfo, entre muchos otros, murió el 17 de junio de 2014. Tenía 88 años. Nunca dejó la sonrisa que lo caracterizaba, tampoco la cámara, su fiel compañera. “Se va uno de los grandes de la fotografía en Jalisco”, fue el titular del diario al día siguiente de su fallecimiento.



***V. La investigación del observatorio  
de medios***



## ***Cobertura en temas de medio ambiente y cambio climático en el periódico El Informador***

ALEJANDRA TOPETE JIMÉNEZ

AGOSTO DE 2014–ENERO DE 2015

La comunicación es algo propio del ser humano, considerada por muchos algo inherente a la misma humanidad, algo natural y necesario; por eso, los medios de comunicación e información pueden entenderse también como mecanismos necesarios en las sociedades para describir situaciones y problemas propios de nuestra realidad y, en algunos casos, plantear análisis que contribuyan a su discusión.

Los medios de comunicación permiten, en su esencia, establecer procesos de intercambio de conocimientos y debates de carácter social, por lo que se puede pensar que son espacios en los que cotidianamente encontraremos información sobre los temas más relevantes de los distintos momentos históricos.

Un asunto que ha sido tema de discusión durante los últimos años es el cambio climático pues se considera que este se originó por una relación decadente entre el ser humano y su medio ambiente; sin embargo, se debate que es difícil saber si realmente el cambio climático es causado por esta relación o sencillamente porque el ambiente es un “sistema que de por sí sufre todo tipo de fluctuaciones debidas a fenómenos naturales internos (erupciones volcánicas, por ejemplo) y externos (variaciones en la cantidad de energía emitida por el Sol, por ejemplo)” (Andrade, 2008).

Para esta investigación es de vital importancia descubrir con qué tinte se habla de cambio climático o si se habla siquiera de cambio climático en los distintos medios impresos del país. Es preciso definir primero qué es cambio climático. “Se entiende (como) un cambio de clima atribuido directa o indirectamente a la actividad humana que altera la composición de la atmósfera mundial y que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante periodos comparables” (Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático, 2010).

Esto afecta directamente las condiciones ambientales, de ecosistemas, la conservación de la biodiversidad así como también de los recursos que existen en el planeta; es decir, afecta de manera directa las condiciones de nuestro entorno y la manera en que este se comporta, y por lo tanto, afecta también la vida de las personas.

Debido a la importancia del tema pero también a la capacidad de incidencia que tienen los medios de comunicación sobre la opinión de las personas, el Observatorio Veracruzano de Medios (ObVio), con la colaboración de distintos observatorios del país, tomó la iniciativa de realizar una investigación a escala nacional sobre la cobertura que dan distintos periódicos locales a temas de medio ambiente y cambio climático.

QITESO: Análisis Crítico de Medios, se sumó a esta tarea y realizó el monitoreo y análisis de un periódico local de la zona metropolitana de Guadalajara, *El Informador*.

## METODOLOGÍA

La metodología fue desarrollada en el ObVio a partir de otra investigación que se llevó a cabo localmente en el es-

tado de Veracruz. El objetivo general de esta investigación consistió en “analizar los temas que emite la prensa impresa (nacional) sobre el medio ambiente y sus principales problemas” (Observatorio Veracruzano de Medios, 2014).

Se determinaron distintas categorías para la observación y el análisis, las cuales se enfocaban en diversos aspectos con referente ambiental; en primer lugar, se definieron los temas generales a los que podían pertenecer las notas, los cuales se dividen en:

- Fenómenos naturales.
- Desastres industriales.
- Desechos sólidos / basura.
- Agua.
- Deforestación o daños en cultivos agrícolas.
- Riesgos ambientales.
- Reconstrucción o rehabilitación ambiental.
- Áreas naturales protegidas.
- Desastres humanos.
- Políticas ambientales.
- Contaminación del aire.

De los anteriores temas se desprenden varias subcategorías o subtemas con la intención de precisar lo más posible el contenido de la nota al momento de sistematizarla.

Algunas otras variables fueron importantes al momento de revisar los contenidos, como el lugar en el que sucedían los hechos o el lugar en el que se redactaba la nota; los actores que estaban presentes y a los que se les daba voz, si había o no intervención de Protección Civil en el suceso o si se registraban pérdidas humanas, heridos o desaparecidos, y el número que se reportaba con respecto a estos.



La ubicación de la nota se registraba sencillamente a partir de si se localizaba en primera plana o en los interiores del periódico.

Dos aspectos tenían que sistematizarse de manera textual: uno era el título de la nota y el segundo un párrafo en el que se hablara del cambio climático de manera directa, si es que existía tal situación en la redacción del artículo. Por último, se abría un espacio para recuperar las observaciones del o la codificadora si es que tenía alguna o si se percibía que la información antes recopilada no era suficiente para demostrar la intención o el contenido de la nota.

El seguimiento se realizó durante el segundo semestre de 2014 en varias ciudades de la república mexicana; las fechas fueron las mismas para todos los periódicos revisados y consistían en tres semanas naturales: del 15 al 21 de septiembre, del 20 al 26 de octubre y del 24 al 30 de noviembre. También existió una semana aleatoria compuesta por los siguientes días: lunes 3 de noviembre, martes 2 de septiembre, miércoles 15 de octubre, jueves 9 de octubre, viernes 26 de septiembre, sábado 22 de noviembre y domingo 9 de noviembre.

## RESULTADOS

Dentro del seguimiento específico de Q ITESO: Análisis Crítico de Medios, al periódico *El Informador*, el total de las notas registradas durante las cuatro semanas de monitoreo fue de 66, de las cuales solo 15%, es decir 10 de ellas, se encontraban en primera plana; los temas que más se destacaron fueron: fenómenos naturales (29), agua (10),

deforestación o daños en cultivos agrícolas o de agricultura (8), desastres industriales (7) y riesgos ambientales (6). En la figura 11.1 se puede observar la distribución completa de las notas por tema.

Incluso, de las 10 notas que estuvieron en primera plana siete corresponden a fenómenos naturales, una a agua, una a deforestación y una a riesgos ambientales, lo que permite reconocer una cobertura bastante mayor por el tema de fenómenos naturales.

Como ya se mencionó, las distintas categorías se dividen a su vez en subtemas o subcategorías; en todas ellas hubo una subcategoría que se destacó de las demás, logrando de esta manera mostrar un panorama más detallado acerca de la información que se encontraba en las notas que más se repitieron durante el proceso. En el caso de fenómenos naturales, el subtema más frecuente fue el de huracanes o tormentas tropicales, con un total de 24 notas; en el caso del tema de agua se trató de la contaminación a ríos, arroyos, mantos freáticos o lagunas, con seis notas, y en el tema de deforestación o daños en cultivos agrícolas o de agricultura, el asunto más recurrido fue el de tala de árboles, también con seis notas.

## DISTRIBUCIÓN DE LAS NOTAS

En septiembre fue la mayor actividad y la mayor cantidad de notas encontradas, con un total de 32; este número disminuyó en el mes de octubre a 22 notas y en el de noviembre a 12. Al recordar algunos de los sucesos más importantes en cuestión de medio ambiente que sucedieron en nuestro país durante los meses en los que se llevó a cabo

la investigación, se puede hacer una relación a partir de los temas más cubiertos y los meses con mayor actividad de notas medioambientales en el periódico.

Por ejemplo, en el mes de septiembre se sufrieron en todo el país los daños causados por el huracán Odile, con especial énfasis en Baja California Sur pero con cobertura en toda la república, y por ser un fenómeno natural que afectó el turismo y que causó movilización en varios estados, es una situación de interés general de la cual pueden desprenderse una gran cantidad de notas. También en septiembre, pero en el plano local, se reportó la muerte de más de 80 toneladas de peces en la laguna de Cajititlán debido a la excesiva contaminación a causa del agua residual que allí se descarga.

En el mes de agosto se vivió el escándalo del derrame de 40,000 metros cúbicos de sulfato de cobre acidulado en el arroyo Tinajas, municipio de Cananea, Sonora, provenientes de la minera Buenavista del Cobre, la que forma parte de Grupo México, y a pesar de que esto sucedió en el mes de agosto, que no fue parte de las semanas que se monitorearon, fue un tema que continuó siendo relevante algunas semanas más por lo que se encontraron en *El Informador* unas cuantas notas al respecto; esto ayuda a entender de alguna manera, junto a la situación del huracán Odile y de Cajititlán, por qué hubo mayor actividad de notas medioambientales durante el mes de septiembre con respecto a octubre y noviembre.

## EL LUGAR DE LOS HECHOS

Otra de las variables que debían registrarse tenía que ver con el lugar donde suceden los hechos, aunque este aspec-

to no siempre se especifica en la redacción de las notas; en ocasiones esto se debe a que en una misma nota se tratan distintos temas o se generaliza alguna situación a varios municipios o estados. Por esto no siempre el lector puede saber con certeza dónde se están registrando los hechos que allí se mencionan.

Aun así, de manera clara y puntual, dentro de las 66 notas recuperadas sí se menciona a Cabo San Lucas como lugar de los hechos en seis de ellas, a la laguna de Cajititlán en cuatro y al río Sonora en otras cuatro. Esto no significa que no haya habido más notas referentes a estos sucesos.

El lugar donde suceden los hechos de la nota no es el mismo que el lugar en donde se origina la nota y de donde se extrae la mayor parte de la información, a pesar de que en el periódico *El Informador* la mayoría de las veces no se especifica el origen de la nota (30 notas no contaban con esta información), 18 de ellas se originaban en el Distrito Federal mientras que solo una está registrada en esa entidad como lugar en el que ocurren los hechos. Esto, aunque muy a grandes rasgos, nos da un panorama de la centralización de la información en la capital de nuestro país.

## ACTORES

Es importante mencionar que tampoco se encuentran muchas notas, al menos en relación con este tema, en las que se le dé crédito al autor; la mayoría de ellas, un total de 47, aparece sin autor en el periódico, mientras que otras cuantas se le atribuyen a “agencias”. Solo tres de las 66 notas registradas fueron publicadas con el nombre de su autor.

Sin embargo, el autor de la nota no es el único que tiene voz dentro de ella pues a partir de la redacción y el uso del lenguaje se puede conocer el tinte y el tratamiento de los actores mencionados y del propio tema. Se mencionaba en los primeros párrafos que los asuntos de medio ambiente y cambio climático afectan de manera directa a las personas, y realmente no necesitamos que ningún experto nos diga que los huracanes, inundaciones, contaminación, etc., modifican la vida cotidiana, la rutina, la integridad y la salud de las personas que rodean estos sucesos.

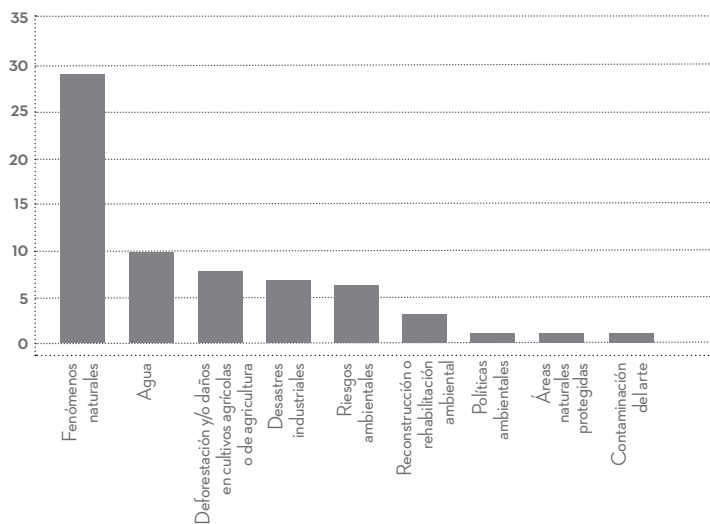
A pesar de esto, en la mayoría de las notas los actores declarantes tenían que ver con el gobierno; en 48 de las 66 notas ocurrió que la voz se le dio al gobierno; 27 se la atribuyeron al gobierno federal, 16 al estatal y 5 al municipal. Solo cuatro de las 66 notas capturaron de manera protagónica la voz de los colonos o ciudadanos afectados o involucrados con el hecho.

Además, en seis notas se encontró algún tipo de expresión o manifestación por parte de grupos sociales con respecto a los sucesos de los que se habla; estas pueden ser o no las mismas que las cuatro antes mencionadas. En la figura 11.2 se muestra con mayor detalle quiénes fueron los actores declarantes de las notas.

## INTERVENCIÓN DE PROTECCIÓN CIVIL

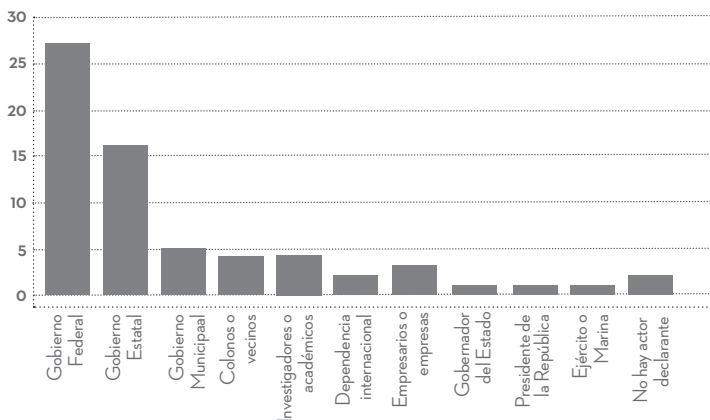
Por último, a partir del formato preestablecido para el registro de información, era importante identificar si Protección Civil intervenía o no ante el problema que reportaba la nota; durante las cuatro semanas de monitoreo se localizó que en 20 de las 66 notas recolectadas existía alguna acción de Protección Civil, de las cuales 50%, es decir 10

**FIGURA 11.1 TEMAS GENERALES DE LAS NOTAS**



Fuente: QITESO, 2014

**FIGURA 11.2 ACTORES DECLARANTES**



Fuente: QITESO, 2015

notas, consistió en avisos o alertas climatológicas y 35% (siete notas) en atención a damnificados o evacuaciones.

De esas 20 notas en las que actuó Protección Civil, 15 tuvieron relación con el tema de fenómenos naturales, dos con desastres industriales, dos con riesgos ambientales y una de deforestación. A su vez, de la totalidad de las notas registradas, solo 10 reportan muertos, desaparecidos o heridos.

Es relevante en este punto destacar nuevamente que la información que se recolectó estaba basada únicamente en lo que se encontraba impreso en el periódico. No hay en la base de datos nada que sea producto de la interpretación de las personas que capturaron la información.

Sabemos que los medios solo presentan una versión de los hechos, la cual está definida por una gran cantidad de factores; por eso, aunque en las notas no se reporte que hubiera alguna acción determinada, no quiere decir que no haya sucedido, sino que en el momento en el que se redactó esa noticia el medio no contaba con información adicional o decidió no incluirla.

## CONCLUSIONES

El espacio que ocuparon las notas relacionadas con el medio ambiente y el cambio climático, así como la presencia de imágenes que aumentarían su impacto, no fueron relevantes al momento de diseñar los instrumentos de recopilación de la información para esta investigación; sin embargo, durante el proceso del monitoreo fue muy notorio que el espacio que se les destina a las notas con

contenido de medio ambiente y cambio climático es en verdad muy poco y la calidad de la información que allí se encuentra es pobre y escasa en comparación con otros temas.

El tratamiento que se les da a las notas referidas al tema medioambiental es primordialmente oficial, un reporte breve en el que la voz principal la tienen las dependencias de gobierno y en realidad no se habla del cambio climático, salvo en algunas excepciones, como un problema latente que afecta la vida cotidiana de las personas.

En realidad no se tocan temas de medio ambiente en sí, sino que se redactan notas que tienen que ver con problemas de tipo político, cultural o social que de alguna manera tienen relación con el medio ambiente. Obviamente, cuando hay algún fenómeno natural se le da seguimiento y se reporta; pero aún en estas situaciones la relevancia es poca y en muchas ocasiones se intenta vincular con la política, no involucra a las personas ni promueve una cultura ecológica en general.

Queda esperar los resultados que hayan surgido de las investigaciones en otros estados para poder hacer una comparación entre ellas y lograr conclusiones mucho más detalladas y fundamentadas.

## REFERENCIAS

Andrade, M. (2008). Mitos y verdades acerca del cambio climático en Bolivia. *Revista Boliviana de Física*, v.14, n.14, 3-3.



Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático (INECC), 2010. *Cambio climático en México*, consultado en <http://www.inecc.gob.mx/> el 5 de enero de 2014.

Observatorio Veracruzano de Medios, 2014. *Seguimiento Medio Ambiente*: Universidad Veracruzana.

Bases de datos de Q ITESO: Análisis Crítico de Medios, 2014.

## ***Acerca de los autores***

**Perla Araceli Blas Alvarado** es egresada de Ciencias de la Comunicación por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), donde también es profesora; formó parte del observatorio Q ITESO: Análisis Crítico de Medios, durante dos años. Trabajó como editora web en medios como *El Informador*, *La Jornada Jalisco* y *La Crónica de Hoy Jalisco*. Se ha especializado en el ámbito del periodismo y la comunicación digital. Es corresponsal de la revista *Zócalo* en donde escribe sobre medios de comunicación, libertad de expresión, transparencia y acceso a la información. Documenta el tema de las condiciones laborales de los periodistas en Guadalajara desde 2010. Actualmente trabaja en proyectos independientes.

**Octavio Covarrubias** es estudiante de la licenciatura en Periodismo y Comunicación Pública en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Actualmente está inscrito en el sexto semestre.

**Felipe Díaz de la Peña** actualmente es estudiante del último semestre de la maestría en Política y Gestión Pública en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Egresado de esta misma Universidad de la licenciatura de Contaduría Pública (1999) y de la maestría en Administración (2005), así como egresado de

abogado en la Universidad de Guadalajara (2013), en donde fue presidente de la Sociedad de alumnos (2012-2013). Ha escrito columnas de opinión en *Proyecto Diez* y en *El Occidental*. En 1999 abrió un despacho de Contabilidad y a partir de febrero de 2015 amplió su oferta de servicios de consultoría jurídica legal (Filesa). Además es vicepresidente jurídico de la Cámara Nacional de Empresas de Consultoría y encargado de imagen institucional de la Asociación Femenina Pro México. Desde 2002 también se desempeña como director administrativo y representante legal de distintas empresas del ramo médico. En 2004 fundó una empresa comercializadora de insumos médicos y nutricionales.

**Julio González González Durán** es estudiante del último semestre de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) y periodista. Trabajó en *La Jornada Jalisco*, fue jefe de información y editor del periódico digital *Chapala en vivo* y corresponsal de Noticias MVS Jalisco. Escribe quincenalmente la columna “Sepa la bola” que se publica en el periódico *Máspormás* GDL. Colabora para el periódico *El Informador* y la estación de radio RMX de Grupo Imagen. Fue elegido por Agencia Bengala y Arca Lab para participar en el *mashup* “Balas y baladas” en la ciudad de México. En el proyecto de Q electoral del periodo de primavera 2015 fue jefe de información del servicio de monitoreo diario. Se interesa en el estudio del sistema de medios de comunicación y su transformación, así como de las condiciones laborales de los periodistas.

**Enrique Goudiño Chong** es becario del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Actualmente cursa el segundo semestre de la maestría en Política y Gestión Pública. De profesión licenciado en Derecho con especialidad en Derecho Penal, su experiencia laboral se ha desarrollado como servidor público en la Procuraduría General de la República en los últimos 28 años en la aéreas operativas del combate a la siembra de estupefacientes; además es socio colaborador de un despacho jurídico con el Lic. Ignacio Buenrostro Barajas, donde se especializa y atiende el área de Sucesiones Testamentarias e Intestamentaria, así como asuntos de índole familiar, civil y mercantil.

**Marcela Gutiérrez Blanco** es estudiante de la licenciatura en Periodismo y Comunicación Pública en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Participó como conductora, en el cuarto semestre del otoño de 2014 en el programa semanal “En exclusiva” de Radio Itópica. En el periodo primavera de 2015 viajó de intercambio académico a Chile.

**Juan S. Larrosa-Fuentes** estudió Ciencias de la Comunicación en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), la maestría en Comunicación en la Universidad de Guadalajara y actualmente cursa el doctorado en Comunicación y Medios de la Universidad de Temple (Filadelfia). Ha sido profesor universitario de licenciatura y maestría en el ITESO y la Universidad

de Guadalajara. De 2007 a 2013 fue coordinador general del observatorio Q ITESO: Análisis Crítico de Medios, y de 2010 a 2013 fue presidente del capítulo Jalisco de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (Amedi Jalisco). Sus intereses en el estudio de la comunicación se concentran en las siguientes líneas de trabajo: historia de los sistemas de comunicación; economía política de la comunicación y la cultura, y medios de comunicación, política y elecciones. Es miembro del Centro de Justicia para la Paz y el Desarrollo (Cepad) y participa en el grupo temático de Comunicación del Observatorio Ciudadano Jalisco Cómo Vamos.

**José Bernardo Masini Aguilera** es doctor en Historia Moderna y Contemporánea por el Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora; maestro en Lingüística Aplicada por la Universidad de Guadalajara y licenciado en Ciencias de la Comunicación por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Profesor de asignatura en el Departamento de Estudios Socioculturales del ITESO, donde colabora como asesor del observatorio Q ITESO: Análisis Crítico de Medios. Es miembro del Capítulo Jalisco de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (Amedi) desde su creación en 2008, donde ha colaborado como secretario (2008–2010) y como tesorero (2011 a la fecha).

**Pedro Mellado** es licenciado en Derecho por la Universidad de Guadalajara. Cuenta con más de 30 años de trayectoria en el ámbito periodístico en medios de la ciudad de México, de Jalisco y de Estados Unidos. Ha sido repor-

tero, director, subdirector, editorialista, conductor, editor y coordinador de equipos de investigación periodística en medios radiofónicos, impresos y televisivos. Su columna “Puntos y contrapuntos” ha sido publicada durante más de 20 años en distintos medios. Actualmente trabaja en el periódico *Mural* y es profesor del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) en las licenciaturas en Ciencias de la Comunicación y Periodismo y Comunicación Pública.

**Rosalía Orozco Murillo** fue periodista durante siete años en México en medios impresos de Jalisco y Nayarit. De 2008 a 2010 coordinó la licenciatura en Periodismo en el Centro Universitario de la Ciénega. Desde el 2011 dirige el Centro de Formación en Periodismo Digital y coordina la maestría en Periodismo Digital en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara, institución donde estudió la maestría en Comunicación. Es miembro de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (Amedi), capítulo Jalisco. Pertenece a distintos consejos editoriales de revistas nacionales e internacionales. Desde el 2006 imparte cursos y talleres especializados en periodismo e investiga fenómenos relacionados con la comunicación, la convergencia tecnológica y la relación de los medios con el poder político. Su publicación más reciente se titula “Convergencia periodística en México. Un estudio sobre nuevos contextos y actividades profesionales”, que forma parte del libro *Retos y oportunidades del periodismo digital. Nuevos escenarios y prácticas de la comunicación*.

**Elisabeth Ramírez** es estudiante de la licenciatura en Periodismo y Comunicación Pública en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Estuvo hasta quinto semestre, en otoño de 2014.

**Vanesa Robles** ha dedicado los últimos 22 años de su vida a trabajar en medios de comunicación, desde tradicionales hasta revistas *web*. En estos días es periodista *freelance*, columnista del periódico *Máspormás GDL* y profesora en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), donde estudia la maestría en Ciudad y Espacio Público Sustentable. Por su trabajo como reportera ha recibido cinco premios estatales, el Premio Nacional de Periodismo Cultural Fernando Benítez y el Premio Cemex-FNPI de periodismo iberoamericano.

**Alejandra Topete Jiménez** es egresada de la licenciatura en Ciencias de la Educación; participó en Q-ITESO: Análisis Crítico de Medios, en otoño de 2012 en el desarrollo de un taller que incluyera estrategias educativas y didácticas para impulsar la recepción crítica de los medios de comunicación e información; en otoño de 2014 regresó a colaborar como jefa de información y en el área de investigación. Su trayectoria profesional incluye la docencia, la coordinación, la gestión de proyectos y el diseño curricular.

## ***Consejo editorial***

**Graciela Bernal Loaiza** es licenciada en Ciencias de la Comunicación y maestra en Política y Gestión Pública por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Fue coordinadora del Programa en Ciencias de la Comunicación de 1999 a 2002 en esa casa de estudios. Actualmente es profesora titular del ITESO, adscrita a la Unidad Académica Básica Sistemas de Comunicación, Información y Democracia del Departamento de Estudios Socioculturales. Es representante del ITESO en la Red Derecho de la Comunicación y Democracia de la Asociación de Universidades confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina (Ausjal). De 2013 a la fecha es presidenta de Asociación Mexicana de Derecho a la Información (Amedi) Jalisco, y miembro del consejo directivo de la asociación nacional. Es asesora del proyecto Q ITESO: Análisis Crítico de Medios.

**Sergio René de Dios Corona** es coordinador de la licenciatura en Periodismo y Comunicación Pública del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Es profesor universitario desde hace más de 20 años y se ha dedicado a formar periodistas y comunicadores. Ha trabajado como periodista durante casi 31 años, colaborando en distintos puestos en periódicos, estaciones de radio y revistas digitales e impresas.



**Diego Armando Mejía Picón**, guanajuatense egresado de la carrera de Ciencias de la Comunicación en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) en 2010, donde se inició en el periodismo en el semanario universitario *Cruce* y en el análisis de las estructuras mediáticas en Q ITESO: Análisis Crítico de Medios. Hizo prácticas profesionales en el diario *El Informador* y ha colaborado para los diarios guanajuatenses *Correo* y *Am/Al Día*, donde trabaja actualmente.

**Jorge Alejandro Narro Monroy** es profesor numerario del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), adscrito al Centro de Formación Humana. Es licenciado en Filosofía y Ciencias Sociales y maestro en Política y Gestión Pública. Fue consejero electoral en el Consejo Local (estatal) del Instituto Federal Electoral (IFE) durante los procesos electorales de 2000, 2003 y 2007. Pertenece al Capítulo Jalisco de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (Amedi) y al Centro de Justicia para la Paz y el Desarrollo (Cepad). Fue fundador del diario *Siglo 21*, donde se desempeñó como editor de la sección de información local. Es editorialista del periódico *Mural*.

**Jorge Enrique Rocha Quintero** es académico del Departamento de Estudios Sociopolíticos y Jurídicos del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Es licenciado en Sociología por la Universidad de Guadalajara y en Filosofía por la Universidad del Valle de Atemajac. Tiene una maestría en Impactos Territoriales de la Globalización por la Universidad Internacional de Andalucía y es doctorante en Estudios Científico-Sociales

por el ITESO. Colabora en Radio Metrópoli y en Canal 44, y como articulista en el *Semanario de Guadalajara*, *Proyecto Diez* y en las revistas *El Puente* y *Christus*.

**María Guadalupe Cristina Romo Gil** es licenciada en Ciencias y Técnicas de la Información de la Universidad Iberoamericana. Cuenta con maestría en Comunicación por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Fue miembro del consejo consultivo del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión, del que fue presidenta de 1993 a 1996. Fundadora y primera presidenta del capítulo Jalisco de la Asociación Mexicana del Derecho a la Información (Amedi). Es profesora emérita del ITESO.



## ***QITESO: Análisis Crítico de Medios***

Es un observatorio de medios de comunicación que opera desde el año 2004 en la Unidad Académica Básica Sistemas de Comunicación, Información y Democracia adscrita al Departamento de Estudios Socioculturales del ITESO. Este observatorio tiene como objetivo fundamental el estudio de los medios de comunicación locales, tal como se describe en su misión:

El observatorio de medios del ITESO es un dispositivo universitario, independiente y que suscribe las Orientaciones Fundamentales de esta institución. Los objetivos generales de esta veeduría son: generar, describir y analizar 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 promover una mayor calidad en sus contenidos. Además, el observatorio buscará formas creativas de publicar su trabajo. Todo esto encaminado a la defensa del derecho a la información.

A partir del año 2007 QITESO: Análisis Crítico de Medios, se incorporó a la oferta de los Proyectos de Aplicación Profesional para los estudiantes de esta universidad. Desde aquel año han participado más de 120 alumnos de diversas disciplinas en las labores cotidianas de este observatorio de medios, así como los profesores de la Unidad Académica Básica denominada “Sistemas de Comunicación, Información y Democracia” del Departamento de Estudios Socioculturales.

QITESO: Análisis Crítico de Medios, tiene tres áreas fundamentales de trabajo. Su actividad más importante es la *investigación académica* sobre el sistema de comunicación local. La base del trabajo de investigación es el estudio y análisis de la autorreferencialidad de los medios de comunicación. En este proyecto nos dedicamos a realizar un recuento sistemático de lo que dicen los medios sobre los medios mismos. Estos recuentos se publican diariamente en la página de Internet del observatorio (<http://www.qmedios.iteso.mx>) y se hacen compilados sobre temas coyunturales de relevancia (*dossiers* informativos). Además, con esta información, el equipo del observatorio de medios hace análisis de coyuntura, que se socializan a través de diversas plataformas.

Adicionalmente realizamos investigaciones sobre temas específicos. Los ejercicios más relevantes de este trabajo de investigación han sido los siguientes: censos sobre la estructura del sistema de comunicación local (prensa, radio, televisión); análisis de contenido de prensa y televisión sobre diversos temas y estudios sobre las prácticas periodísticas de la localidad.

La segunda línea de trabajo de este observatorio de medios es la *difusión de los resultados* del trabajo de monitoreo e investigación. Los resultados más relevantes se difunden a través de la página de QITESO: Análisis Crítico de Medios ([qmedios.iteso.mx](http://www.qmedios.iteso.mx)), artículos académicos y de opinión publicados en revistas y periódicos, un programa de radio semanal (“Cuestión de medios”, que se trasmite a través de la estación Itópica), videos informativos y de opinión (Q Tv cuenta con un canal en YouTube), un newsletter semanal y posteo en las redes sociales con mayor actividad (Facebook, Twitter, YouTube, Goear, Soundcloud).

Este trabajo de difusión alimenta de información a toda la red de usuarios de Q ITESO: Análisis Crítico de Medios, que está compuesta por los alumnos de Ciencias de la Comunicación del ITESO, profesores, investigadores, periodistas, activistas sociales así como grupos académicos de otras partes del país y del mundo. Adicionalmente los resultados y experiencias del observatorio de medios se publican anualmente en un informe que hemos denominado *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco*. Se han publicado ya seis informes anuales.

Finalmente, la tercera línea de trabajo de Q ITESO: Análisis Crítico de Medios, está centrada en la *formación de audiencias críticas*, en donde se han generado diversos proyectos que buscan que la población en general pueda desarrollar herramientas para consumir críticamente los contenidos de los medios de comunicación. En esta línea de trabajo se han organizado cineclubes, talleres con jóvenes de educación media y superior, intervención en algunas comunidades, así como foros temáticos y conferencias de expertos en la materia.

**Medios de comunicación y derecho  
a la información en Jalisco, 2014**

se terminó de imprimir en julio de 2015  
en los Talleres de Innovación para el Diseño del ITESO,  
Periférico Sur Manuel Gómez Morín 8585,  
Tlaquepaque, Jalisco, México, CP 45604.

La edición estuvo al cuidado de  
la Oficina de Publicaciones del ITESO.



ITESO

**El Observatorio Q ITESO: Análisis Crítico de Medios**  
generalmente describe y analiza información sobre  
el sistema de medios de comunicación de Jalisco, con  
el fin de fomentar la construcción de audiencias críticas y  
establecer diálogo con los medios de comunicación para  
promover una mayor calidad en sus contenidos, todo  
enmarcado a la defensa del derecho a la información.

En esta séptima entrega de Q ITESO: Análisis Crítico de Medios se examina un 2014 colmado de acontecimientos sobre la reconfiguración de los medios de Jalisco y del país, y sus relaciones con el estado, los empresarios y el público. Destaca la aprobación de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y los nuevos equilibrios de poder que esto supone. También, se analizan las alianzas de algunos diarios locales con medios extranjeros, para compensar algunas carencias y ampliar su oferta editorial e informativa.

Otras cuestiones no menos relevantes tienen que ver con la libertad de expresión y la inseguridad laboral en la que viven muchos trabajadores de los medios de comunicación jaliscienses, sobre todo los impresos, y el caso emblemático del llamado "cuarto de guerra" al servicio del gobernador del estado, Aristóteles Sandoval, para espiar —y en ocasiones hasta coaccionar— a directivos y reporteros de medios con el objetivo de atenuar la crítica al gobierno.

El derecho a la información, la transparencia, la situación de los nuevos medios en línea, los periodistas que publican libros, el cambio climático y los periodistas que ya no están con nosotros marcan también una mirada atenta en este informe.

ISBN 978-601-9361-76-1



9 786017 936176