

3. Modificaciones en el sistema de comunicación local en la coyuntura de las elecciones de 2012

MARÍA MAGDALENA SOFÍA PALÁU CARDONA

Durante los procesos electorales y durante otros acontecimientos, tales como los deportivos o las catástrofes, los sistemas de comunicación de una sociedad viven una fase de intensificación de la información. Cada unidad del sistema de comunicación tiene formas distintas de incorporar a sus rutinas ese excedente informativo. En ocasiones basta con añadir secciones especiales a los espacios informativos existentes, en otras los responsables de los medios deciden abrir programas especiales para abordar dichos acontecimientos. A diferencia de las catástrofes, los procesos electorales, momentos centrales en la vida democrática de una sociedad, por lo general tienen una calendarización definida en el tiempo y, en México, están excesivamente normados. El caso de las elecciones puede servir para analizar la operación del sistema de comunicación política de una sociedad, por lo que centrar la mirada en la operación de los medios de comunicación durante el proceso electoral resulta pertinente para profundizar el conocimiento sobre dicho sistema.

OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN

El objetivo de este proyecto particular es documentar los nuevos espacios que surgieron en el sistema de medios de comunicación de Guadalajara. Nuestro interés fue reconocer qué cambios o modificaciones se generaron en la oferta

de contenidos de los medios de comunicación para poner a discusión temas relacionados con el proceso electoral. Uno de estos cambios es sin duda la creación y apertura de nuevos espacios o medios en prensa, radio y televisión. Además, se pretende identificar los programas de radio y televisión y las publicaciones impresas que surgieron con el propósito de participar en el proceso electoral e identificar los espacios que se abrieron para generar información y debate sobre el acontecer en el marco del proceso electoral.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

La pregunta de investigación que nos da la pauta para indagar más a fondo sobre los temas electorales y en particular sobre los nuevos espacios en los medios de comunicación es la siguiente: ¿cuáles nuevos medios o nuevos espacios informativos y de opinión surgen en el sistema de comunicación masiva (prensa, radio, televisión) de Guadalajara, en el marco del proceso electoral por el gobierno del estado de Jalisco en 2012?

Cuando hablamos de “nuevos medios” nos referimos al cambio de perfil de estaciones radiofónicas o canales televisivos, en cuanto a la prensa nos referimos a la aparición de nuevas publicaciones periódicas.

Entendemos por “nuevos espacios” la aparición de secciones o los suplementos especiales en la prensa o los programas en radio o televisión que tienen el propósito de abordar el tema de las elecciones 2012.

El trabajo realizado implicó revisar las transformaciones en la estructura del sistema de comunicación local durante un año (de junio 2011 a junio 2012) en donde la tarea fue re-

conocer si algunas unidades del sistema (medios impresos, estaciones de radio o canales de televisión) cambiaron o si aparecieron nuevas unidades.¹

DISEÑO METODOLÓGICO

Para detectar la aparición de nuevos medios impresos se realizaron visitas semanales a los puestos de periódicos más grandes de la ciudad y algunos en la zona centro, y a las oficinas de gobierno en las que suelen circular dichos impresos.

Para rastrear la aparición de nuevos espacios en medios existentes, durante el periodo de campañas electorales (del 31 de marzo al 1 de julio de 2012) se hicieron tres revisiones de las parrillas de programación de los canales de televisión y estaciones de radio que conformaron nuestra muestra. Adicionalmente se revisaron de manera permanente las ediciones impresas de los diarios.

Para el análisis de nuevos espacios se analizó la propuesta de contenido de una muestra de unidades seleccionada antes. En el caso de estaciones de radio se decidió tomar algunas que cumplieran con la característica de ser en su mayoría habladas y de producción local. Se analizaron las parrillas de programación de Radio Universidad de Guadalajara (104.3 F), XEJB del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRT), Radio Metrópoli (1150 AM), Radionoticias (1070 AM), DK-1250 (1250 AM), Milenio Radio (89.1 FM) y Zona Tres (91.5 FM). Para la televisión se analizaron

1. Participaron en la recolección y el análisis de información los estudiantes Blanca C. Luna Lomelí y Luis Bernardo Álvarez González.

todos los canales con producción local y de señal abierta, es decir, GDL Tu estación, Azteca 13, Azteca 7, el Canal 7 (C7) y Canal 44. Es importante señalar que los canales de TV Azteca producen localmente solo pequeños segmentos informativos y el resto de su señal tiene origen en el Distrito Federal. En relación con la prensa, se analizaron los diarios locales de información general y de mayor circulación en la ciudad: *El Informador*, *El Occidental*, *Mural*, *La Jornada Jalisco* y *Milenio Jalisco*.

RESULTADOS

Los resultados que se presentan en este informe están organizados en dos apartados. En el primero exponemos los nuevos medios que aparecieron en el último año y que consideramos son espacios en los que se presenta información y se debate sobre el proceso electoral. En el segundo, denominado nuevos espacios, presentamos las modificaciones en la oferta de contenido de los medios que existían en Guadalajara antes de la coyuntura electoral. En ambos se presenta cada medio, es decir, prensa, radio y televisión por separado.

Nuevos medios

Prensa

En cuanto a la prensa en el último año desapareció *Ocho Columnas*, diario que circulaba desde 1977 en la ciudad. Adicionalmente *Público Milenio* se convirtió en *Milenio Jalisco*. Esta modificación es la señal más visible de la transformación editorial de este diario. El periódico *Público*

nació por iniciativa de un grupo de periodistas locales, los cuales se vieron obligados a asociarse con Grupo Milenio, de Multimedios Estrellas de Oro, para contar con el financiamiento suficiente para subsistir. La mayor parte de los periodistas jaliscienses que iniciaron este proyecto, dejó de participar en la redacción de *Público Milenio* en el transcurso de la década pasada.

Durante nuestro trabajo de observación detectamos la circulación de dos nuevas publicaciones periódicas con costo en la ciudad. La primera de ellas es una publicación quincenal que circula con el nombre de *Antena Noticias*. Su primer ejemplar apareció el 18 de abril, aunque esta publicación no tiene información respecto de quiénes son los dueños, directores, editores o reporteros, encontramos que tiene un sitio *web* (<http://www.antenanoticias.com>) que está en línea desde hace algún tiempo. Bajo este mismo nombre y suponemos que realizado con el mismo equipo de periodistas, hay un programa de radio que se trasmite por la estación 1480 AM de lunes a viernes. Este programa es conducido por Esperanza Romero y su contenido principal es noticioso.

La segunda es el diario *Reporte Índigo cinco días*. El caso de este diario es particular dado que inició como un proyecto de revista política en línea dirigido por el periodista Ramón Alberto Garza, quien actualmente es el editor responsable de la versión impresa. Este proyecto de revista electrónica pasó a publicarse como diario impreso el lunes 23 de abril de 2012. Es decir, ha seguido una ruta inversa. Casi todos los diarios en México primero tuvieron una versión impresa y luego una versión en línea. En el caso del diario *Reporte Índigo cinco días*, el camino fue de la versión electrónica a la impresa. Otro aspecto que llama

la atención es que el proyecto tiene su sede en la ciudad de Monterrey (lo mismo que *Mural* y *Milenio Jalisco*), con lo que ya suman tres los diarios que circulan en Guadalajara y cuyos capitales y liderazgos editoriales están en aquella ciudad. El diario comenzó a distribuirse gratuitamente los primeros cinco días de la edición y a partir del 30 de abril tuvo un costo de \$10.00 por ejemplar.

Además de estas modificaciones en el sistema de prensa de la ciudad, aparecieron tres diarios gratuitos: *24 horas*, *Publimetro* y *El Gratuito*, y al menos dos publicaciones periódicas (no diarios) gratuitas: *Posdata política* (de publicación semanal) y *El Respetable* (de publicación quincenal). A continuación se ofrece una descripción general de estas publicaciones gratuitas.

24 horas nace el 13 de octubre de 2011. Es considerado el primer diario gratuito de circulación nacional en México. Su director general el periodista Raymundo Riva Palacio y la directora editorial Martha Ramos. El diario se imprime en el formato tabloide y con 32 páginas. Esta publicación circula de lunes a viernes y cuenta con una edición dominical. Además tienen una versión en línea que se actualiza continuamente. Es un periódico de información general que hace énfasis en el tema político. Sus secciones: “País”, “Justicia”, “Global”, “Negocios”, “Sociedad” y “Pasatiempos”. Es editado en la avenida Reforma 381, colonia Cuauhtémoc, México, Distrito Federal, y se distribuye en la ciudad de México, Puebla, Querétaro, Guadalajara, León y Monterrey.

El Gratuito nace el 31 de octubre de 2011. Es una publicación de formato tabloide que circula de lunes a viernes. Se imprimen 100,000 ejemplares distribuido en 20 municipios de Jalisco y en 80 farmacias Benavides en la zona metro-

politana de Guadalajara (ZMG). Su director general es José Félix Tarín Vadillo. El diario ofrece información general en las siguientes secciones como: “Ciudad”, “Seguridad”, “Pódium”, “Clasificados”, “Nación”, “Mundo”, “Farándula” y “Entretenimiento”. De las agencias informativas a las que recurre están Notimex y *El Universal*. Se edita e imprime en la avenida 16 de septiembre 495, Guadalajara, Jalisco, y cuenta con edición en línea.

Publimetro es una publicación propiedad de una empresa internacional cuya sede está en Suecia. Editan diarios gratuitos que circulan en 22 países, algunos de ellos son: Chile, Perú, Ecuador, Estados Unidos, Suecia, Canadá, Francia, Italia, Holanda, Rusia y México. En el país cuenta con publicaciones en el Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey. Tiene formato tabloide y se publica de lunes a viernes. En Guadalajara es editado y distribuido por Publicaciones Metropolitanas, en la avenida Patria 358, piso 3, colonia La Estancia, Zapopan, Jalisco. Su directora general a nivel internacional es Jennifer Utterback y el director general en Guadalajara es Alberto González Martínez. La estructura de su contenido se compone de secciones como: “Noticias”, “Economía y negocios”, “Mundo”, “Voces”, “Entretener”, “Recreo”, “Deportes” y “Salud y belleza”. Cuenta con página web (<http://www.publimetro.com.mx>) en la que se puede encontrar la versión en línea.

Posdata Política comenzó a circular en la ciudad el 17 de octubre de 2011 como una revista semanal de análisis político. Es editado en Guadalajara, Jalisco, e impreso en los talleres gráficos de Grupo Milenio. Su director general es Amado Vázquez Martínez. Cuenta con página web (<http://www.posdatapolitica.com>). Presenta información sobre política y no está estructurado en secciones.

El Respetable es un periódico con tintes políticos. Su director y editor es Bruno López Argüelles y la administración corre en manos de Guadalupe Águila. Su dirección está en Niño Obrero 286-5, fraccionamiento Camino Real, Zapopan, Jalisco. Se imprime en los talleres gráficos de Grupo Milenio. Tuvo su primera publicación el 18 de febrero de 2010 con un total de 24 páginas y cinco secciones: “Congreso”, “Gobierno”, “Partidos”, “Candidatos”, “Campus” y “Sociales”, y a partir del número 30 agregó el apartado de “Empresarios”. Desde su primer número se abordaron temas que hacían referencia a la contienda electoral a gobernador de Jalisco en 2012. Cuentan con suscripción en redes sociales como Facebook y Twitter y con un canal en YouTube, así como página web (<http://www.elrespetable.com>) y edición en línea.

El análisis se realizó durante el periodo de campañas en una muestra que comprende del 30 de marzo al 15 de abril. Más adelante se exponen los resultados obtenidos, en los que se describirá la relevancia y el tratamiento informativo otorgado a los cinco candidatos a la gubernatura de Jalisco en cada uno de los diarios.

Radio

En la radio hemos encontrado que al menos dos estaciones cambiaron completamente su perfil: en la frecuencia en la que por lo regular se transmitía Máxima, desde el jueves 10 de noviembre de 2011 se transmite Milenio Radio (89.1 de FM). La aparición de Milenio Radio en Guadalajara parece responder a la estrategia de expansión del Grupo Multimedios Estrellas de Oro, propiedad de la familia González, radicada en Monterrey, Nuevo León. Esta empresa, con

presencia en radio, prensa y televisión en el noreste del país, comenzó su expansión desde finales de los noventa a través de la fundación de diarios en diversas ciudades de México. En la década pasada se fundó el canal Milenio Televisión que transmite noticias las 24 horas del día y que puede ser sintonizado en los sistemas de televisión de paga del país. Desde noviembre de 2011 ha establecido estaciones de radio, en frecuencias abiertas, en las ciudades de Guadalajara, León y Chihuahua, entre otras.

La segunda estación que cambió por completo de perfil es Zona Tres que se transmite en la frecuencia que ocupaba la estación Ultra, misma que ahora es transmitida por 88.0 de FM. Zona Tres pertenece al Grupo Promomedios Radio, en manos de la familia Pérez Ramírez, una de las empresas radiofónicas locales más importantes. Esta empresa tiene un servicio informativo llamado *Canal Continental de Noticias* que, junto con *Notisistema*, del Grupo Unidifusión, y *El Informador*, son de las pocas empresas mediáticas netamente locales que quedan en Guadalajara.

Televisión

En el último año la televisión local no ha tenido cambio alguno. Los perfiles de los canales de televisión abierta local se han mantenido estables.

Nuevos espacios

Prensa

En la prensa se encontró que los diarios que más circulan en la ZMG (*Milenio*, *El Informador*, *Mural*, *La Jornada* y *El*

Occidental) abrieron nuevos espacios dedicados específicamente al periodo electoral 2012.

En el periódico *Milenio Jalisco* el espacio dedicado al proceso electoral local 2012 se presentó con diferentes nombres: “Rumbo al 1 de julio”, “Elecciones 2012” y “Comicios de julio”. De la misma manera que se estudió el periódico *Milenio*, se realizó la búsqueda en el diario *Mural*. En este análisis se pudo identificar que fue dentro de la sección de “Comunidad” donde se abrieron espacios específicos con el título de “Voto 2012”. En estos espacios se abordaron temas informativos de origen político encauzados principalmente a las elecciones para la gubernatura de Jalisco en ese año. *El Occidental* publicó información sobre las elecciones locales bajo el nombre de “Decisión 2012”. La publicación de esta sección no es constante y se presentó solo algunos días.

El Informador abrió el espacio de “Elecciones 2012” dentro de la sección de política. Finalmente *La Jornada Jalisco* no abrió un espacio especial para informar acerca de la contienda electoral local y trató el tema en su sección política, aunque sí abrió el espacio “Elecciones 2012” para dar cuenta de los procesos de la elección presidencial.

Radio

En las sucesivas revisiones de las parrillas de radio realizadas no se detectaron nuevos espacios o programas específicos para analizar, debatir o informar acerca del acontecer que se generó en torno al proceso electoral de gobernador de Jalisco en 2012. Esto no significa que dentro de los programas o noticiarios ya existentes no se hayan abordado, en algún momento, temáticas que tuvieran re-

lación directa con las elecciones 2012. Un claro ejemplo se registró el 23 de febrero de 2012 en Milenio Radio, en donde el programa matutino de noticias puso a discusión los resultados arrojados por una encuesta realizada y publicada el 21 de febrero de 2012 por el diario *Milenio*. Esta encuesta siguió un método de recolección de datos vía telefónica y mostraba preferencias por los candidatos a la gubernatura de Jalisco. El programa otorgó un espacio considerable a este tema en el cual se realizaron llamadas telefónicas con representantes de los partidos para poner a discusión qué es lo que opinaban acerca de estos resultados.

Si bien no se detectaron nuevos espacios de debate político, en radio existen programas con este objetivo, en los cuales han surgido momentos donde, claro está, no se desaprovecha la oportunidad de hablar acerca de contenido político / electoral local. Un ejemplo es *Forma y Fondo* de Radio Metrópoli 1150 AM, propiedad del Grupo Unidifusión.

Al parecer la radio no experimenta cambio alguno en términos de su programación ordinaria. Se han generado algunos espacios o programas especiales para dar cobertura a las elecciones. Es el caso del espacio que abrió Radio Universidad de Guadalajara (UDG) para analizar los dos debates entre candidatos a la gubernatura del estado, que se llevaron a cabo el 1 de mayo y el 10 de junio. Adicionalmente hay otras estaciones que transmitieron la señal del debate, como Radio Noticias (1070 AM), Radio Metrópoli (1150 AM) y Grupo Promomedios Radio. También observamos que el día de las elecciones, el 1 de julio, todas las estaciones de radio observadas tuvieron cobertura especial de la jornada electoral y programas nocturnos para analizar los acontecimientos del día.

La aseveración de que no ha habido cambios en la programación de la radio está sostenida sobre la información que se encuentra en las páginas oficiales de cada una de las estaciones de radio bajo análisis. Sin embargo, no podemos afirmar con seguridad que no se hayan abierto otros espacios especiales para tratar el tema de la contienda electoral a la gubernatura en el estado de Jalisco, pues existe la posibilidad de que se hayan creado nuevos programas para tratar el tema y no se hayan actualizado sus parrillas de programación.

Televisión

En este medio se han encontrado programas que son transmitidos en televisión abierta, pero que concentran su atención en el proceso electoral federal, como *Observatorio 2012* y, en la producción local, *Ángulos*. La razón por la que hacemos mención de estos programas es porque no se descarta la posibilidad que, debido a su perfil, puedan abordar en algún momento temáticas electorales locales. También encontramos que GDL Tu estación abrió un par de espacios denominados *Decisión 2012 de cara a Jalisco* y *Decisión 2012 de cara a la Perla* para abordar el tema de elecciones a gobernador y a presidentes municipales de la ZMG, respectivamente.

Observatorio 2012 se transmite por el Canal 44 de la UDG. La producción y realización es de TV UNAM. En la presentación que se hace en la página de la Internet se señala que “es un programa donde los temas actuales son vistos por universitarios. El programa pretende fomentar la reflexión informada de temas que definirán el presente y futuro del país en las vías de los procesos electorales”.

Ángulos, también del Canal 44, comenzó su transmisión el 16 de abril, con un horario de 10:00 a 11:00 de la noche, los lunes, miércoles y viernes, con retrasmisión al día siguiente a las 9:00 de la mañana. En la descripción en la página del Canal 44 dice: “El Info-magazine, en manos del conductor Ricardo Salazar, pretenden analizar a fondo las noticias del día junto con el apoyo de expertos colaboradores del ámbito periodístico y académico de la ciudad”. Por otro lado, indican que contará con videocolumnas realizadas por voces importantes que viven y ejercen en la ciudad de México. *Ángulos* es transmitido por la UDG Señal Internacional con cobertura en Los Ángeles a las 8:00 de la noche, horario de California.

Decisión 2012 de cara a Jalisco fue una serie de cinco programas de una hora, en los que se realizaron entrevistas a cada uno de los candidatos a gobernador del estado de Jalisco. Un equipo de periodistas de diversos medios realizó las entrevistas: Jaime Barrera del periódico *Milenio Jalisco*; Diego Petersen del periódico *El Informador*; Alfonso Márquez de C7, y José A. Fernández, Rebeca Reynoso y Miguel Ángel Collado de GDL Tu estación. Estos programas se transmitieron los lunes de 9:20 a 10:30 de la noche. Iniciaron el 21 de mayo y concluyeron el 18 de junio.

Decisión 2012 de cara a la Perla fue una serie de programas de una hora en los que se realizaron entrevistas a los candidatos a las alcaldías de la ZMG de cada uno de los partidos. Se transmitieron los miércoles de 9:30 a 10:30 de la noche. Las entrevistas fueron conducidas por Rebeca Reynoso y José A. Fernández.

Respecto a los debates realizados el 1 de mayo y el 10 de junio, fueron transmitidos por las televisoras permisionadas, es decir, C7 del SJRT y el Canal 44 de la UDG. El debate

organizado por #YoSoy132 únicamente fue transmitido por C7. Todos los canales de televisión abierta locales realizaron una amplia cobertura del día de la jornada electoral. Tuvieron programas especiales durante las primeras horas para informar respecto de la apertura de casillas y mesas de información, discusión y análisis a partir de las 18:00 horas.

CONCLUSIONES

Después de realizar la investigación y el análisis de las parrillas y los lugares de distribución de medios impresos en busca de los nuevos espacios y medios surgidos, confirmamos el cambio de perfil de dos estaciones de radio, la aparición de un diario y una publicación quincenal con costo, además de cinco publicaciones gratuitas: tres diarios, un semanario y una publicación quincenal. Adicionalmente encontramos que en los tres tipos de medios se abrieron espacios específicos para abordar temas relacionados con las elecciones locales.

En la radio no encontramos programas constituidos formalmente como tales para abordar el tema y sí detectamos que se abrieron espacios específicos dentro de los noticieros para entrevistar a candidatos o comentar el tema de elecciones. Algunas de las estaciones de radio transmitieron los dos debates organizados por el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana del Estado de Jalisco (IEPCJ) y todas dieron una amplia cobertura al tema el 1 de julio, día de la jornada electoral.

En la televisión abierta observamos que solo GDL Tu estación, probablemente siguiendo los lineamientos de Televisa en la ciudad de México, diseñó una serie de programas

específicos para entrevistar a candidatos a gobernador del estado, así como a candidatos que aspiraban a los municipios de la ZMG. El Canal 44 y C7 realizaron diversas entrevistas a candidatos locales dentro de sus noticieros sin abrir programas especiales sobre las elecciones durante las campañas. Solo las estaciones bajo la figura legal de permiso (C7 y el Canal 44) transmitieron los debates organizados por el IEPCJ y únicamente C7 transmitió el debate organizado por el movimiento #YoSoy132. Las estaciones de televisión dieron amplia cobertura a la jornada electoral y ofrecieron programas especiales de información y análisis a partir de las 18:00 horas del 1 de julio.

En lo general se puede afirmar que el sistema de comunicación local sí sufrió modificaciones en su estructura y en la organización de la oferta de contenidos debido a las elecciones. Las más significativas se presentaron en los medios impresos en donde aparecieron nuevas unidades (publicaciones periódicas), además de la apertura de secciones especiales en los diarios ya existentes.