



ITESO

ANÁLISIS CRÍTICO DE MEDIOS
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOCULTURALES

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DERECHO A LA INFORMACIÓN EN JALISCO, 2013

MAGDALENA SOFÍA PALÁU CARDONA
COORDINADORA



ITESO
Universidad Jesuita
de Guadalajara

**MEDIOS DE
COMUNICACIÓN
Y DERECHO A LA
INFORMACIÓN
EN JALISCO,
2013**

Q ITESO: ANÁLISIS CRÍTICO DE MEDIOS
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOCULTURALES

CONSEJO EDITORIAL

Graciela Bernal Loaiza
Sergio René de Dios Corona
Juan Sebastián Larrosa Fuentes
Pedro Mellado Rodríguez
Jorge Alejandro Narro Monroy
Rosalía Orozco Murillo
Diego Armando Mejía Picón
Jorge Rocha Quintero
Cristina Romo Gil

COORDINACIÓN GENERAL
María Magdalena Sofía Paláu Cardona



ANÁLISIS CRÍTICO DE MEDIOS
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOCULTURALES

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DERECHO A LA INFORMACIÓN EN JALISCO, 2013

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, 2013 / Coord.

y presen. de M.M.S. Paláu Cardona.-- Guadalajara, México : ITESO, 2014.

231 p.

ISBN 978-607-9361-42-6

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

1. Periodistas - Jalisco - Condiciones Laborales. 2. Periodistas - México - Condiciones Laborales. 3. Políticos Mexicanos. 4. Alerta Amber - México. 5. Columna Periodística - Jalisco. 6. Columna Periodística - México. 7. Censura - Jalisco. 8. Censura - 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 Política - Jalisco - Tema Principal. 16. Comunicación y Política - México. 17. Medios de Comunicación - Jalisco - Historia - 2012-2018. 18. Medios de Comunicación - México - Historia - 2012-2018. 19. Comunicación Masiva - Jalisco - Historia - 2012-2018. 20. Comunicación Masiva - México - Historia - 2012-2018. 21. Política - Jalisco - Historia - 2012-2018. 22. Política - México - Historia - 2012-2018. 23. Sociología de la Comunicación. 24. Villavicencio Alvarez, Felipe de Jesús. I. Paláu Cardona, María Magdalena Sofía II. t.

[LC]

302. 23097235 [Dewey]

Diseño original: Danilo Design

Diseño de portada: Ricardo Romo

Diagramación: Amanda González Moreno

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

1a. edición, Guadalajara, 2014

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 978-607-9361-42-6

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

Impreso y hecho en México

Printed and made in Mexico

Índice

PRESENTACIÓN / Magdalena Sofía Paláu Cardona 9

I. EL SISTEMA DE COMUNICACIÓN DE GUADALAJARA

NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN JALISCO (2011-2013) /
Laura Neftaly López Pérez y
Cristina Guadalupe Romero Domínguez 19

C7: ¿MEDIO PÚBLICO O VOCERO DEL GOBIERNO? /
Diego Guillén Peña y María Fernanda González Hernández 39

RÉQUIEM POR UN OMBUDSMAN: EL DEFENSOR DEL LECTOR
EN *MILENIO JALISCO* / José Bernardo Masini Aguilera 61

II. LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN JALISCO

LA VULNERABILIDAD EN UN AMBIENTE DE CAMBIO. LOS ATAQUES
A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN JALISCO DURANTE 2013 /
Laura Neftaly López Pérez 81

VIOLACIONES A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN DE PERIODISTAS Y TRABAJADORES DE MEDIOS EN JALISCO, 1995-2013 / Frida V. Rodelo	95
--	-----------

III. DERECHO A LA INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE JALISCO / Ana Vicencio Huerta	115
---	------------

DIÁLOGOS PÚBLICOS: LA DISCUSIÓN DE UNA NUEVA LEY DE TRANSPARENCIA PARA JALISCO / Alejandra Ballesteros Castellanos, Eduardo Carrillo Arias, Kenji Kishi Leopo y Alma Delia Sánchez Carbajal	129
--	------------

CUANDO UN NIÑO DESAPARECE, EL PEOR ENEMIGO ES EL TIEMPO... / Ana Cecilia Castañeda Medina y Laura Elisa Aranda de la Cruz	145
---	------------

2013: UN AÑO MARCADO POR DESPIDOS EN DIVERSOS PERIÓDICOS DE GUADALAJARA / Perla Araceli Blas Alvarado	157
--	------------

IV. LOS QUE SE FUERON

FELIPE DE JESÚS VICENCIO ÁLVAREZ (1959-2012) / Graciela Bernal Loaiza	175
--	------------

V. LA INVESTIGACIÓN DEL OBSERVATORIO DE MEDIOS

ANÁLISIS DE CONTENIDO DE ARTÍCULOS DE OPINIÓN EN LA PRENSA DE GUADALAJARA / Luis Daniel Vázquez Salcedo y Ana Laura Peregrina Tostado	189
BIBLIOGRAFÍA	207
ACERCA DE LOS AUTORES	221
Q ITESO: ANÁLISIS CRÍTICO DE MEDIOS. MISIÓN Y LÍNEAS ESTRATÉGICAS	229

Presentación

MAGDALENA SOFÍA PALÁU CARDONA

Este año 2013 ha contado con características muy particulares para nuestro país y para nuestro estado. Entre los rasgos más destacados del ámbito de los medios de comunicación y el derecho a la información en la escala local se encuentran la aprobación de una nueva Ley de Transparencia y Acceso a la Información Gubernamental, la transformación del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión y los atentados contra la libertad de expresión. Los hechos que están en la base de estos rasgos se generan en un contexto nacional particular. Coloco aquí algunas pinceladas de acontecimientos a nivel nacional para que sirvan de contexto a los artículos presentados en este sexto informe anual de QITESO: Análisis Crítico de Medios.

2013 ha sido el primer año del “regreso del Partido Revolucionario Institucional (PRI)” a la presidencia de México. Un regreso ampliamente cuestionado debido a un desaseado proceso electoral en el que se destaca, entre otros aspectos, la participación de Televisa como un poder fáctico que es capaz de intervenir en la construcción de la imagen de un candidato. Como en su momento lo hiciera Felipe Calderón Hinojosa con la “guerra contra el narcotráfico”, el presidente Enrique Peña Nieto abrazó la bandera de las “reformas estructurales” para buscar la legitimación de su presidencia. Para lograrlo se impulsó la insólita firma del Pacto por México que suscribieron los partidos políticos más importantes de nuestro país. Con

ello se garantizó un voto favorable a reformas constitucionales que habían estado detenidas, por muchos años, en el Congreso de la Unión. Es así que fuimos testigos de cambios en nuestra Constitución en temas tan importantes como la educación, la energía y el petróleo, el fiscal y, por supuesto, las telecomunicaciones.

Las reformas constitucionales que se realizaron en 2013, como casi todos los acuerdos políticos, están revestidas de luces y sombras y pueden ser leídas desde diversos emplazamientos. Desde la sociedad civil se puede afirmar que, al menos la de telecomunicaciones, fue una reforma que alentó la esperanza de que podríamos contar con un sistema de medios más plural y que un mayor número de mexicanos podría tener acceso a los servicios de telecomunicaciones. No podemos olvidar que esta reforma dio cabida a temas que durante décadas se habían señalado, por académicos y organizaciones de la sociedad civil, como centrales para la democracia, y que cobraron mucha visibilidad en el proceso electoral a través del movimiento #YoSoy132.

La reforma a la Constitución en materia de telecomunicaciones fue aprobada en junio de 2013 y en ella se delinearon aspectos fundamentales orientados a lograr una mayor y más equilibrada competencia, y a garantizar el acceso pleno de los ciudadanos a la Internet. Entre los aspectos centrales de esta reforma están la constitución de un órgano regulador autónomo, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT); las disposiciones para regular asimétricamente a los actores económicos y con ello generar una mayor competencia y la participación de nuevos actores, estableciendo exigencias especiales a los grandes monopolios (incluida la desincorporación de activos); la

definición de concesiones únicas para prestar múltiples servicios de radiodifusión y telecomunicaciones en los segmentos del espectro radioeléctrico concesionados; la definición de concesiones en relación con sus propósitos (comerciales, públicas y de uso social); el establecimiento de un sistema de medios públicos; el establecimiento de una fecha para el apagón analógico; la obligación de licitar dos nuevas cadenas nacionales de televisión abierta comercial, entre otras. Estas disposiciones parecían abonar a la posibilidad de contar con un sistema de medios plural que apoyara el proceso democrático en nuestro país.

Mientras el Pacto por México y las reformas constitucionales fueron hechos importantes en el ámbito político, la economía mexicana no tuvo un buen año. El poder adquisitivo de los mexicanos siguió disminuyendo y, como consecuencia de ello, el mercado interno está estancado. En las últimas tres décadas, la economía mexicana había crecido a una tasa anual promedio de 2.4%, pero el producto interno bruto de 2013 fue apenas de 1.1%. A pesar de que el presidente Enrique Peña Nieto promovió tres reformas relacionadas directamente con la economía: la de telecomunicaciones, la hacendaria y la energética, la opinión generalizada es que el país tuvo un desarrollo mediocre, el peor desde la devaluación de finales de 1994.

El panorama nacional, en el ámbito social, también presentó rasgos particulares en 2013. La violencia generada por el crimen organizado sigue estando presente y, aunque se habla menos de este tema en los medios masivos de comunicación y en los discursos de los políticos, el aumento de los enfrentamientos entre grupos del crimen organizado y fuerzas de seguridad, los homicidios dolosos, la desaparición de personas y otros crímenes relacionados

es innegable. La otra cara de esta situación es la aparición o auge de grupos de autodefensa en diversos estados del país, siendo los de Michoacán los más visibles. Para algunos, el origen de las autodefensas o policías comunitarias se debe a la falta de procuración de justicia, a la recurrencia de estos delitos, la captura y entrega de delincuentes al sistema y la posterior liberación de esos delincuentes. El papel de los medios de comunicación en lo que respecta a su responsabilidad de mantener informada a la sociedad dejó mucho que desear.

Otra forma de expresión del malestar de la sociedad civil son las protestas o manifestaciones callejeras. En este 2013 hubo un incremento significativo de este tipo de expresiones. Solo en el Distrito Federal se registraron 8,000 marchas relacionadas, muchas de ellas, con las reformas estructurales aprobadas en el Congreso. A este incremento de la protesta social le acompañó una respuesta gubernamental que parece criminalizarla. El uso de fuerza desmedida por parte de la policía, la aparición de balas de goma, de policías vestidos de civil realizando detenciones, el encapsulamiento de contingentes sin motivo aparente, fueron algunas de las estrategias de la respuesta gubernamental ante las protestas ciudadanas que vimos en este 2013. Los medios de comunicación, con algunas excepciones, abonaron a la construcción de imágenes negativas respecto de las demandas sociales y sus actores principales.

En el ámbito local están presentes muchos de los rasgos que se describieron anteriormente. Sin embargo, hay características particulares que es necesario resaltar. Jalisco vive su particular “regreso del PRI”. El gobernador Jorge Aristóteles Sandoval Díaz arriba al poder después de 18 años de gobiernos panistas y de un proceso electoral

cuestionado. Adicionalmente, todos los municipios de la zona conurbada de Guadalajara, excepto el de Tlajomulco, quedaron en manos priístas también. Otra particularidad de nuestro estado son los escándalos de corrupción en el Congreso local. Y un par de pinceladas que también compartimos con el estado de cosas del país es el repunte de la violencia y de la sensación ciudadana de inseguridad. Este rasgo se ha concretado en el secuestro y asesinato de casos muy visibles como el de los jóvenes de Plaza Ciudadela o el descubrimiento de narcofosas al norte del estado. Por último, no podemos dejar de mencionar que el empobrecimiento y desigualdad, que son un rasgo en el país, también están presentes en Jalisco.

En relación con el tema de medios de comunicación y derecho a la información, en este 2013 hemos sido testigos de algunos acontecimientos vinculados con la somera caracterización que hemos esbozado líneas atrás y que conforman las piezas de este informe anual.

En el primer apartado, dedicado al sistema de medios en general, se presentan tres artículos. En el primero, titulado “Nuevos medios de comunicación en Jalisco”, se hace un recuento de las publicaciones periódicas que han aparecido en los últimos tres años y que circulan en la ciudad de Guadalajara. Contrario a lo que sucede en otras regiones del mundo, en Guadalajara han aparecido seis nuevos impresos en los últimos tres años, cada uno con características muy particulares. Ninguno de ellos ha sido iniciativa de jaliscienses o recibe financiamiento de capitales locales. Guadalajara, aún con un número reducido de lectores, sigue siendo una plaza importante para los grupos empresariales periodísticos de otras regiones del país, que tienen proyectos de expansión. El segundo artículo,

“C7 ¿medio público o vocero del gobierno?”, documenta las transformaciones que ha sufrido el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión en el primer año del gobierno priísta de Jorge Aristóteles Sandoval Díaz. El tercer artículo de este primer apartado, “Réquiem por un ombudsman”, recupera la historia, el desarrollo y la desaparición del ombudsman del periódico *Milenio Jalisco*.

El segundo apartado de este informe anual está dedicado al tema de la libertad de expresión. Se presenta aquí el texto “La vulnerabilidad en un ambiente de cambio. Los ataques a los medios de comunicación en Jalisco durante el año”, que recupera los casos particulares de atentados contra la libertad de expresión ocurridos durante el año en nuestro estado. Adicionalmente, se incluye un texto que aborda el tema en una perspectiva temporal más amplia. El capítulo “Violaciones a la libertad de expresión de periodistas y trabajadores de medios en Jalisco, 1995-2013” nos permite ver cómo se ha incrementado la violación a este derecho fundamental en los años recientes.

En el apartado “Derecho a la información, comunicación y política” se recuperan cuatro textos de índole muy diversa. El primero de ellos, titulado “La estrategia de comunicación del Gobierno del Estado”, documenta los diversos elementos que se pusieron en juego durante 2013 para llevar adelante una estrategia de comunicación en el nuevo gobierno estatal. El segundo artículo “Diálogos públicos: la discusión de una nueva ley de transparencia para Jalisco” expone el tratamiento que los medios de comunicación le han dado al debate y formulación de una nueva ley de transparencia para Jalisco, que ya ha sido aprobada por el Congreso local. El tercer tema de este apartado es la Alerta Amber. Con el título “Cuando un niño

desaparece, el peor enemigo es el tiempo...” se explica cómo es que opera este mecanismo de alerta y su primera aparición en nuestro estado en el verano de 2013. Finalmente presentamos el texto “2013: un año marcado por despidos en diversos periódicos de Guadalajara” con el que damos continuidad al tema de las condiciones laborales de los periodistas en el estado, y en el que se dio el despido de más de 40 trabajadores de la información.

En la sección “Los que se fueron” presentamos la semblanza de Felipe Vicencio, quien nos dejó en 2012. Por último, en el apartado de “La investigación del observatorio de medios” compartimos los resultados de un trabajo sobre los columnistas de opinión jaliscienses que escriben en la prensa local.

Es un honor para mí presentar este sexto informe anual *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2013*. Este informe, como los que le precedieron en el tiempo, busca documentar algunos de los hechos más relevantes acontecidos en el estado de Jalisco durante un año. Considero que este libro es la objetivación del arduo trabajo realizado por muchas personas (en especial los autores) y que se materializa en un producto que, además de proporcionar información para el presente, podrá ser un buen referente en el futuro. Publicar este sexto informe representa un paso más en la consolidación de un proyecto que nació hace algunos años y al que me ha tocado impulsar en este tramo del camino. El informe de 2012 fue especial, dado que se dedicó por completo a la presentación de los resultados del trabajo que realizó Q ITESO: Análisis Crítico de Medios, sobre el sistema de comunicación política en el proceso electoral de ese año. Por esa razón, en este informe de 2013 aparecen también algunos

acontecimientos relevantes correspondientes a 2012 y que no quedaron registrados en el informe de aquel año.

Como podrá constatar el lector, los artículos de este informe son elaborados por estudiantes, profesores y profesionales de la comunicación, en un esfuerzo colectivo que pretende aportar en la construcción de una mejor democracia para nuestro estado y país. En el proceso de consolidación de Q ITESO: Análisis Crítico de Medios como un proyecto universitario con incidencia social, hemos dado un paso más en la producción de este informe anual. Se constituyó un Consejo Editorial para este y los siguientes informes. Agradezco la colaboración desinteresada, la lectura atenta y las sugerencias y correcciones que han aportado los miembros de dicho Consejo para elevar, en lo posible, la calidad de los textos aquí presentados.

Vaya pues este sexto informe *Medios de comunicación y derecho a la información* en Jalisco, 2013 con el ánimo de contribuir a documentar los acontecimientos más relevantes en el ámbito de los medios de comunicación y el derecho a la información que suceden en el estado de Jalisco.

Guadalajara, Jalisco, julio de 2014.

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

Nuevos medios de comunicación en Jalisco (2011–2013)

LAURA NEFTALY LÓPEZ PÉREZ Y
CRISTINA GUADALUPE ROMERO DOMÍNGUEZ

Uno de los objetivos de Q ITESO: Análisis Crítico de Medios es documentar los cambios en el sistema de medios de Jalisco. Este capítulo comprende el periodo de 2011 a 2013 para identificar y describir los nuevos periódicos, impresos o en línea, que surgieron en Jalisco: *Reporte Índigo*, *La Crónica de Hoy Jalisco*, *I, 24 Horas*, *Publimetro*, *Buenas Noticias*, y *Unión Jalisco*. Primero se hace una recapitulación de la historia del surgimiento de estos medios, así como un análisis de su pertenencia a grupos mediáticos, identificación de su director y periodistas. Después, se hace una comparación de la morfología de los diarios impresos, así como el comportamiento de todos los nuevos periódicos en las redes sociales. El análisis de las características de estos nuevos medios, sus coincidencias y diferencias, revelan cómo se va transformando el sistema de medios local.

DE LA WEB AL PAPEL: ÍNDIGO

A lo largo de la historia, la transición de los diarios ha sido de la versión impresa a la versión en línea. Un proceso inverso fue el que siguió *Reporte Índigo Cinco Días*, que se pudo conseguir en papel por primera vez el 23 de abril de 2012, pero que había tenido un sitio *web* disponible desde 2006.

El lanzamiento de la primera edición impresa sucedió simultáneamente en la ciudad de México, Monterrey y Guadalajara. La decisión de esta transición se debió, en palabras de su fundador, Alberto Garza García, “al hecho de que muchos mexicanos no tienen acceso a Internet”.

Esta transformación sucedió poco después de que Alfonso Romo García, un empresario regiomontano, dejara de financiar al diario. Fue entonces cuando comenzó la participación de Antonio Navalón, que hasta 2007 había sido representante del Grupo Prisa en México.

Aún en el formato impreso, *Reporte Índigo* no deja de lado las herramientas multimedia: con la aplicación *Índigo TV* en los teléfonos inteligentes, de sistema operativo iOS y Android, que identifica un código en el papel del diario, los lectores pueden ver videos relacionados con las noticias que tengan estos recursos. Gracias a estas y otras características del medio, en 2007, *Reporte Índigo* ganó el World Summit Award a lo mejor en e-content / e-creativity. Asimismo, en 2012, The Society for News Design le otorgó seis Premios de Excelencia por su diseño, una distinción a la calidad en la comunicación visual. Además de los reconocimientos que ha recibido por su diseño, el diario se distingue por publicar principalmente reportajes de investigación.

Reporte Índigo pertenece al Grupo Promotores de Información, SA (PRISA), representado por Juan Luis Cebrián, un grupo multimedia español que, de acuerdo con la información en su sitio *web*, maneja 24 casas editoriales, 11 diarios, 44 estaciones de radio y cinco canales de televisión, y tiene presencia en 22 países de Europa y América. *Reporte Índigo* también recibe recursos de las

empresas mexicanas Moltoservizi, SA de CV, y Multimedia Cinco.

El grupo MAC Multimedia, dirigido por Luis Maccise y Anuar Maccise, en febrero de 2014 adquirió una participación accionaria en *Reporte Índigo*, empresa liderada por Ramón Alberto García Garza y Antonio Navalón. MAC Multimedia es un grupo que conjunta medios impresos, radiofónicos y televisivos en todo el país. De acuerdo con la información de su sitio *web*, edita 14 rotativos (una revista, un periódico deportivo y 12 diarios de información general); maneja el Grupo Radiodifusoras Capital (13 estaciones de perfil predominantemente musical a lo largo del país), y produce el canal televisivo Green TV, cuyo tema principal son las políticas de cuidado ambiental.

Cada edición cuenta con las categorías de “Reporte”, que cubre el tema del día; tres secciones que dan información sobre las tres ciudades en las que está presente el medio, que llama “DF”, “Mty” y “Gdl”; la sección de información internacional se encuentra bajo el nombre de “Latitud”; después se encuentra una sección sobre economía “Indigonomics”; una sección de ciencia denominada “Piensa”, y por último una pequeña sección de deportes, con el nombre de “Fan”. Se evidencia que la forma de organización de este diario, a diferencia de otros grupos con presencia en varias ciudades, decidió incluir la información “local” de las tres sedes.

De acuerdo con el Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2013, la página de *Reporte Índigo* (<http://www.reporteindigo.com>) recibe un promedio de 1'437,771 visitas mensuales. Su tiraje diario a nivel

nacional consta de 120,000 ejemplares, de acuerdo con la información de su sección de ventas de publicidad.

I, EL DIARIO DE 99 EDICIONES

En el periodo temporal analizado, hubo en la zona metropolitana de Guadalajara un diario impreso, *I*, que comenzó a circular el 5 de octubre de 2012, y desapareció tras solo 99 ediciones. Se trataba de un periódico de *El Informador* con una morfología distinta —formato tabloide, gráficas, entre otras características que se describirán más adelante. Este proyecto fue concebido para incidir en el mercado de los jóvenes, con un diseño lleno de gráficas e imágenes, y que además estuvo exento de publicidad. Se vendía a 15 pesos, es decir, tres veces el precio de *El Informador*, que se mantiene como el diario más barato de la ciudad.

Su circulación inició el 5 de octubre de 2012, fecha emblemática para lanzar al mercado el nuevo rotativo de la empresa de Carlos Álvarez del Castillo, del grupo Unión Editorialista, SA de CV, por ser aniversario de la fundación de *El Informador*. Bajo el logotipo *I* circuló de lunes a viernes. Los textos publicados prácticamente fueron los mismos que aparecían en *El Informador*, donde el valor agregado estuvo en la calidad del diseño y fotográfica. Para Iván González Vega, colaborador del diario *El Informador*, el diseño de *I* “era distinto a muchos, sin publicidad, con mucho recuadro que ayudaba a pensar de una manera distinta la información [...] con más dinamismo y aire”.

I podría considerarse como un experimento “que sirvió para la transformación de lo que ahora es *El Informador*”. De acuerdo con Sergio René de Dios, periodista tapatío

que ha trabajado en *El Informador* y *La Crónica de Hoy Jalisco*, el diario *I* estuvo “proyectado para universitarios, a colores, con un formato fresco... no funcionó porque a los jóvenes no les interesa leer [...] un día, el dueño llegó a la sala de juntas y dijo, *I* no funcionó. Al día siguiente se dejó de publicar”. Esto ocurrió el viernes 22 de febrero de 2013.

A pesar de que solo circuló con 99 ediciones, dejó una huella que se vio reflejada en el nuevo estilo del periódico *El Informador*, que desde 2010 ya mostraba algunos cambios en el tratamiento informativo de sus temas, en sus secciones, en la renovación de los perfiles de sus periodistas y reporteros, y comenzaba a tener presencia en las redes sociales. Esos cambios se vitalizaron con la experiencia desarrollada en el proyecto editorial *I*, que rejuveneció al diario más antiguo de la ciudad.

El Informador es el único periódico tapatío de capital local y que, como señala Juan Larrosa, tal vez sea la publicación más influyente en las esferas políticas y económicas de la ciudad. Con tirajes de 50,193 ejemplares de lunes a sábado, y los domingos de 39,083, este diario ocupa el cuarto lugar a nivel nacional de información general con mayor lectoría, el único de Guadalajara dentro del *top* diez, con 126,870 lectores diarios. Un diario con tan larga trayectoria en su sede y con tanta penetración en el mercado, no logró adaptar su formato a un público distinto, aunque muchas características ya se habían ido introduciendo a *El Informador*.

24 HORAS

Un día antes del inicio de la celebración de los Juegos Panamericanos Guadalajara 2011, el 13 de octubre, comen-

zó a circular de forma gratuita el diario *24 Horas* en seis ciudades del país: ciudad de México, Guadalajara, León, Monterrey, Querétaro y Puebla. El proyecto fue diseñado por Raymundo Riva Palacio, quien ha ocupado cargos directivos en *Notimex*, *Reforma*, *El Financiero*, *Milenio*, *El Independiente* y *El Universal*. En febrero de 2009 creó el portal *Eje Central*.

La dirección del diario inició a cargo de Raymundo Riva Palacio y Antonio Torrado, pero a partir del 6 de febrero de 2014, Riva Palacio abandonó el cargo por “incompatibilidades en la Presidencia del Consejo”, de acuerdo con lo comunicado por Antonio Torrado. Sin embargo, Riva Palacio explicó que su salida se debió a que los socios incumplieron el convenio sobre sus acciones.

Otros de los accionistas más importantes son: Adolfo del Valle, Jorge Ramírez de Aguilar, David Peñaloza y Alberto Torrado; este último ha tenido experiencia en el ramo de los periódicos gratuitos, pues participó también en el lanzamiento de *Publimetro*.

De acuerdo con datos del Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2013, el sitio web de *24 Horas* recibe en promedio 400,000 visitas en la página al mes; su versión impresa consta de un tiraje diario de 140,000 ejemplares a nivel nacional, según datos recopilados por Francisco Vidal Bonifaz.

Se imprime en la ciudad de México de lunes a viernes. A diferencia de *Publimetro*, otro de los diarios que comenzaron a circular en Guadalajara en el periodo analizado, y que dedica su espacio principalmente al entretenimiento, *24 Horas* es un periódico de información general que contiene información de alcance nacional e internacional, así como sobre economía, deportes y consejos para la salud.

Desde su inicio, cuenta con columnistas de larga trayectoria, como Salvador García Soto, Ricardo Alemán, Rafael Cardona y Samuel García.

A diferencia de su versión en papel, la página *web* del periódico tiene secciones que se modifican de acuerdo con las coyunturas más importantes en la agenda. Por ejemplo, el 6 de junio de 2014, las secciones eran “5 años ABC”, “España”, “Snowden”, “Lluvias”, “Bullying”, “Ucrania” y “Brasil 2014”. Es una característica que no se encuentra en el resto de los diarios que aparecieron en Jalisco entre 2011 y 2013.

LA CRÓNICA DE HOY JALISCO

La primera edición circuló el 6 de diciembre de 2013. El diario es de información general, y pertenece al grupo mediático nacional Grupo Editorial Crónica. El diario *La Crónica de Hoy* comenzó a circular en la ciudad de México desde el 17 de junio de 1996 bajo la dirección del periodista chileno Pablo Hiriart, quien además fue fundador de *La Jornada*, director de la agencia *Notimex* y del periódico *El Nacional*; actualmente es director de *La Razón*, diario de la ciudad de México. Desde la fundación de *La Crónica de Hoy*, Pablo Hiriart fue objeto de críticas por su relación con Carlos Salinas de Gortari, pues trabajó en la oficina de información de la presidencia en el periodo del expresidente.

En busca de aumentar su capacidad competitiva con otros diarios, Pablo Hiriart se asoció con el empresario Jorge Kahwagi Gastine, padre de Jorge Kahwagi Macari, exdiputado federal, exmiembro del Partido Verde Ecológico, boxeador y actual vicepresidente de este mismo diario. Después de las elecciones nacionales de 2006, Pablo

Hiriart salió de la dirección por conflictos sobre la línea editorial del periódico, de acuerdo con lo comunicado por el diario. A partir de esto, el grupo ha puesto en marcha el proyecto de fundar versiones locales del diario en los estados.

El grupo editorial cuenta con versiones locales de *La Crónica de Hoy* en Chihuahua, Hidalgo y Jalisco. *La Crónica de Hoy Jalisco* tiene un tiraje diario de 3,000 ejemplares, que se imprimen en las que fueron instalaciones del extinto *Ocho Columnas*, no tiene una sede propia. En la redacción se encuentran periodistas locales con mucha experiencia, como Sergio René de Dios Corona, Esperanza Romero y Manuel Falcón.

PUBLIMETRO, DE CAPITAL INTERNACIONAL

El 13 de octubre de 2011 se pudo conseguir por primera vez, de manera gratuita, la edición tapatía del diario internacional *Publimetro*. Perteneció al grupo sueco Metro Internacional. Es la tercera ciudad en el país en la que apareció una edición del diario: el 18 de mayo de 2006, Metro Internacional anuncia el lanzamiento del diario gratuito *Publimetro* en la ciudad de México; el 4 de noviembre de 2008, *Publimetro* anuncia el inicio de su edición en Monterrey.

La directora general de *Publimetro* es Jennifer Utterback. La estrategia para su distribución en la zona metropolitana de Guadalajara, de acuerdo con la directora, ha sido la ubicación de 50 promotores en diversos puntos de la ciudad para cubrir el público meta. El rotativo circula de lunes a sábado, y tiene un tiraje diario de 139,678 ejem-

plares en la ciudad de México; en Monterrey son 54,783 ejemplares, y en Guadalajara se imprimen 39,565 copias.

Las secciones del periódico se nombran como “Noticias”, “Economía y negocios”, “Voces”, “Entretener”, “Recreo”, “Brasil 2014”. Esta última sección demuestra que el diario se ha adaptado a la agenda internacional del macroevento deportivo y ha abierto un nuevo espacio en el medio —es el único de los periódicos analizados con esta característica, con excepción de *24 Horas*, que lo hace en su versión en línea. También cabe resaltar que en la sección de “Noticias”, el diario no hace clasificación entre la información local, nacional o internacional (solo en la versión en línea se encuentra esta división), pero suele enfocarse en noticias sobre entretenimiento.

El diario otorga en México el Best New Product Award, en asociación con la empresa Brand Sparks. La determinación del premio la realiza mediante 10,000 encuestas que preguntan sobre la innovación en productos que hayan surgido en los 18 meses anteriores.

EL GOBIERNO DE JALISCO DICE BUENAS NOTICIAS

En 2013, el gobierno de Jalisco resolvió, como parte de su estrategia de comunicación social, lanzar un periódico gratuito mensual de información oficial, bajo el título de *Buenas Noticias*. La primera edición comenzó a circular en octubre de 2013, es decir, poco más de seis meses después de que Aristóteles Sandoval entrara a la gubernatura del estado. La dirección está a cargo de Gonzalo A. Sánchez García, quien es además director de Comunicación Social del Gobierno del Estado de Jalisco; la impresión del rota-

tivo la realiza la empresa Ofertas, S de RL de CV, que tira mensualmente 500,000 ejemplares.

De acuerdo con información del portal del Gobierno del Estado, en la sección “Transparencia del Gasto en Comunicación Social”, desde febrero a mayo de 2014 se han destinado 109’683,408 pesos bajo el rubro de Difusión en Medios, aunque no especifica el monto destinado en particular para la publicación de *Buenas Noticias*. Cada mes, la edición se reparte de manera gratuita en algunos cruceros de la ciudad y estaciones del tren ligero.

El rotativo cuenta con múltiples secciones de una o dos páginas que tratan sobre educación, ecología, productos hechos en Jalisco, obras públicas, turismo, participación de las mujeres, entre otros. La publicidad es también del Gobierno del Estado de Jalisco, principalmente para promover campañas de cuidado al medio ambiente, denuncias, entre otras. Cada edición está caracterizada con color rosa, que está presente en los distintivos de las secciones, los cuadros de texto e incluso como marca de agua en las fotografías y gráficas. La tipografía del título del periódico, *Buenas Noticias*, está sobre pasto verde y con pájaros sobre la palabra “Buenas”, al igual que se hace con el logotipo del slogan del gobierno de Jalisco: “Bienestar, mereces estar bien”.

Como el nombre del periódico lo indica, tiene el propósito de comunicar lo bueno que se ha hecho o se planea hacer por parte del Poder Ejecutivo en Jalisco. En los títulos y cuerpos de las notas son frecuentes las palabras como “convivencia”, “merecer”, “agradable”, “ambiente familiar”, “avanzar”, “calidad” y “mejorar”. El medio se utiliza para dar respuesta a críticas que ha sufrido el gobierno; por ejemplo, una nota sobre la creación de una

ruta modelo del transporte público es una respuesta a las problemáticas de mala calidad y muertes causadas en las rutas urbanas, y que ha provocado deslegitimación del gobierno de Aristóteles —cabe mencionar que este tipo de respuestas no mencionan el problema que hay o hubo para que se emprendieran como resultado esas acciones, es decir, la demanda social se invisibiliza por medio de la versión oficialista.

UNIÓN JALISCO

Unión Jalisco comenzó sus actividades el 9 de abril de 2012 —durante la coyuntura de las elecciones presidenciales, al inicio de la campaña de los candidatos— con un equipo integrado por cuatro periodistas encargados del portal y de la producción informativa local. La mayor parte de la información de sus secciones proviene de la agencia de noticias del periódico nacional *El Universal*, aunque no replica sus noticias.

La empresa Publicidad y Contenido Editorial ofrece los servicios en línea del sitio <http://www.unotv.com/noticias/home/>, el cual comenzó sus transmisiones en los últimos meses de 2008, y forma parte de los negocios de Carlos Slim Helú, quien es titular de la empresa América Móvil (Telmex y Telcel), y en los últimos cuatro años fue considerado el hombre más rico del mundo según la revista *Forbes*.

En julio de 2012 Carlos Slim y Francisco Ealy Ortiz firmaron un convenio para operar sitios *web* informativos con la participación del canal de noticias *UNO TV*, *El Universal* y aplicaciones para teléfonos celulares. El proyecto arrancó con el periódico *Unión Jalisco*, el cual es gestionado por

la empresa Redes de Información y Educación del Siglo XXI, donde 50% de las acciones son de la firma América Móvil —de telefonía portátil—, propiedad de Slim y con presencia en varios países latinoamericanos, y el otro 50% de *El Universal*. El convenio fue interpretado por analistas como una participación abierta de Slim en la disputa por el control de la producción de contenidos en la Internet, donde él pone la tecnología y Ealy Ortiz el contenido.

La página recibe 900,000 visitas en promedio al mes, de acuerdo con lo publicado en su sección de ventas de publicidad. En el sitio se pueden encontrar las secciones de “#unox100”, “Estado”, “El país y el mundo”, “Sociedad digital”, “Educación”, “Top Jalisco”. La sección “#unox100” es un espacio en el que se comparten las últimas noticias en un formato de no más de cien caracteres, de manera similar a como se maneja en Twitter, con la intención de hacer llegar la información a los lectores lo más rápido posible.

MÁS QUE COINCIDENCIAS. LA MORFOLOGÍA DE LOS NUEVOS PERIÓDICOS

Una de las creencias comunes sobre el futuro de la prensa es que en algunos años desaparecerán todas las versiones impresas y permanecerán solo los diarios en línea (Larrañaga, 2009; Smith, 2010). Sin embargo, el comportamiento del sistema de medios en Jalisco, entre 2011 y 2013, revela una tendencia contraria: aparecieron seis nuevos periódicos en papel, y uno solo con portal en línea. De hecho, como se mencionó anteriormente, *Reporte Índigo* tuvo una transición inversa a esta que se piensa que tendrán los periódicos.

En el cuadro 1.1 se presenta la morfología —formato, número de páginas, secciones, publicidad, precio y periodicidad— de los nuevos periódicos en el escenario mediático de Jalisco: todos son de información general, dos son gratuitos, uno es de comunicación oficial del gobierno, algunos se proponen no incluir publicidad en sus páginas, todos tienen una morfología similar. Cabe mencionar que solo uno de los nuevos medios, impresos o en línea, que surgieron en Jalisco durante el periodo de tiempo analizado, el *I*, fue de capital local; el resto tiene organización nacional o internacional, con una versión tapatía.

Como se puede observar en el cuadro, todos los nuevos periódicos son en formato tabloide. Algunas de las posibles explicaciones para este hecho es que el tabloide es mucho más fácil de manejar que el formato sábana, y los hábitos de los lectores se han transformado, por lo que no necesariamente leen ya en espacios en los que pueda extender un rotativo de ese tamaño. También, el formato tabloide requiere menos espacio para texto.

Otra de las características en común de los nuevos periódicos es que dedican gran espacio a gráficos e imágenes, en especial *Reporte Índigo* y, mientras existió, *I*. Buscan ser llamativos y, aunque utilizan menos texto, suelen dedicar secciones para temas que los mismos periódicos desarrollan: apuestan por el periodismo de investigación, o por lo menos por temas de discusión y consejos. Por ejemplo, *24 Horas* tiene la sección “Vida +”.

También es prudente detenernos a analizar el hecho de que dos de los seis nuevos medios impresos son gratuitos —sin tomar en cuenta, por ahora, el periódico del gobierno de Jalisco: *24 Horas* y *Publimetro*. ¿Cuál es el papel de los periódicos gratuitos? Algunos autores consideran que

CUADRO 1.1 MORFOLOGÍA DE MEDIOS IMPRESOS QUE APARECIERON EN JALISCO ENTRE 2011 Y 2013

Medio impreso	Formato	Páginas	Secciones	Publicidad	Precio	Periodicidad
Reporte Índigo	Tabloide	48	<ul style="list-style-type: none"> • Reporte • DF • Mty • Gdl • Latitud • Indigonomics • Piensa • Fan 	Penguin AMBA (seguros) Sportiva Wheels City Sightseeing Guerlain Nautikos	10 pesos	Lunes a viernes
I	Tabloide	40	<ul style="list-style-type: none"> • Jalisco • México • Internacional • Economía • Deportes • Tecnología • Cultura • Entretenimiento 	Ninguna	15 pesos	Lunes a viernes
La Crónica de Hoy Jalisco	Tabloide	32	<ul style="list-style-type: none"> • Metrópoli • Opinión • Academia • Negocios • Innovación • Deportes • Salud • Cultura • Escenario • Nacional • Mundo 	Gobierno de Jalisco Crónica TV	7 pesos	Diario

Publimetro	Tabloide	16	<ul style="list-style-type: none"> • Noticias • Economía y negocios • Voces • Entretener • Recreo • Brasil 2014 	Gowin Telcel Publimetro empleos	Gratuito	Lunes a sábado
24 Horas	Tabloide	32	<ul style="list-style-type: none"> • País • Global • Negocios • Vida + • Deportes 	Starbucks Agualandia Jeep Samsung	Gratuito	Lunes a viernes
Buenas Noticias	Tabloide	24	<ul style="list-style-type: none"> • En contacto • La apuesta • Hacia adelante • Entre nosotros • Aula • Así es Jalisco • Página verde • Cuidate • Hecho en Jalisco • Así se juega • De buenas • La agenda • La feria 	Gobierno del Estado de Jalisco	Gratuito	Mensual

los diarios pierden audiencia por la posibilidad de hacer consultas en línea y por la proliferación de periódicos gratuitos (Edo, 2005). Otros autores consideran que la forma gratuita de los periódicos es la nueva forma de negocio exitoso frente a la crisis económica mundial (Farías, 2009; Smith, 2010).

Esta nueva forma de jugar con el escenario mediático y económico, sean los periódicos gratuitos o no, revela algunas otras características: dos de los nuevos periódicos no gratuitos han optado por poca o nula publicidad: *La Crónica de Hoy Jalisco e I*; la mayoría, con excepción de *I* en su momento, no tiene periodicidad diaria, sino de lunes a viernes. Se trata de varias maneras de conciliar lo que buscan los lectores y la sustentabilidad del periódico.

En este sentido, la explicación de Sergio René De Dios, de que el *I* no funcionó porque a los jóvenes no les gusta leer, no se sostiene: otros periódicos como *Reporte Índigo*, con morfología similar y mismo público meta, siguen existiendo con altos tirajes diarios. Sin embargo, también el caso de *Reporte Índigo* se trata de un grupo mediático nacional —que en Guadalajara tiene su menor tiraje—, al igual que el grupo del que es parte *La Crónica de Hoy Jalisco*, mientras que *I* se sostenía con un grupo local. Es una correlación interesante, aunque no significa que esa sea la causa de la desaparición de *I*.

Otro aspecto interesante es la aparición de un periódico mensual con información oficial del Gobierno del Estado de Jalisco. Es un hecho que demuestra la preocupación del gobierno por dar a conocer su versión sobre los problemas sociales, así como difundir las acciones e inversiones que se han hecho. Como se dijo anteriormente, es un objetivo

CUADRO 1.2 COMPORTAMIENTO EN REDES SOCIALES DE LOS MEDIOS QUE APARECIERON EN JALISCO ENTRE 2011 Y 2013*

Medio impreso	Likes en Facebook	Seguidores en Twitter
<i>Reporte Índigo</i>	365,951	337,000
<i>24 Horas</i>	832,246	126,000
<i>Publimetro</i>	2,968	900
<i>La Crónica de Hoy Jalisco</i>	4,472	1,906
<i>Unión Jalisco</i>	3,653	2,735
<i>Buenas Noticias</i>	n.d.	n.d.

* Datos obtenidos el 5 de junio de 2014.

al que destinan una partida presupuestal especial: bajo el rubro de Difusión en Medios, se han invertido al menos 109'683,408 pesos tan solo durante 2014.

La difusión de la información oficial por medio del periódico mensual *Buenas Noticias*, no ha tenido la misma participación en redes sociales. Como se puede ver en el cuadro 1.2, es el único de los nuevos periódicos que no tiene cuentas en Facebook y Twitter.

Utilizar las redes sociales significa estar presente en un medio en el que se puede interactuar más directamente con los lectores y seguidores, y la estrategia de comunicación del gobierno de Aristóteles Sandoval no contempla esto. *Reporte Índigo* es el periódico que más seguidores tiene en ambas redes. Se puede observar que no existe una relación entre el precio o gratuidad del periódico con su número de seguidores: *24 Horas* ocupa el segundo lugar en cuanto a seguidores en la redes, mientras que *Publimetro*, también gratuito, es el que menos tiene.

NUEVOS ESCENARIOS, NUEVOS MEDIOS, ¿NUEVOS LECTORES?

El análisis de los periódicos que aparecieron en Jalisco entre 2011 y 2013 nos permite ver una tendencia: los grupos mediáticos del país, o internacionales, buscan expandir sus sedes, y la zona metropolitana de Guadalajara ha sido una de estas. Tal es el caso de *Reporte Índigo*, *Publimetro*, *24 Horas*, *Unión Jalisco* y *La Crónica de Hoy Jalisco*. El único periódico de capital local que surgió en el periodo de tiempo analizado, y que buscaba ser una opción atractiva para los jóvenes, bajo el título de *I*, desapareció tan solo unos meses después.

La morfología similar entre estos periódicos nos habla de una apuesta por el seguimiento de las preferencias y los hábitos de los lectores: formato tabloide que hace más fácil su portabilidad, textos más breves, mayor cantidad de gráficos e infográficos, poca o nula publicidad (en el caso de los que no son gratuitos).

La aparición de un periódico de información oficial, gratuito, del Gobierno del Estado de Jalisco es síntoma de su preocupación por dar a conocer su versión de los hechos e incidir en la formación de opinión entre los ciudadanos. Es una herramienta más de una estrategia de comunicación social que busca legitimidad.

Asimismo, la aparición de no solo uno sino dos periódicos gratuitos de información general, nos muestra la adopción de nuevos modelos de negocio en los medios, de un nuevo escenario en el que compiten la información impresa y en línea. Este nuevo escenario se refleja también en la adopción de recursos multimedia incluso en los periódicos en papel, como es el caso de la aplicación de

Índigo TV, que permite ver videos o fotografías de algunas noticias de *Reporte Índigo* con un teléfono inteligente.

Entre 2011 y 2013, en Jalisco se comenzaron a publicar seis nuevos periódicos impresos y solo uno en línea —tendencia que parece ser contraria a la creencia generalizada de que los medios impresos noticiosos desaparecerán. De hecho, la transición de uno de los periódicos, *Reporte Índigo*, fue de la versión en línea a la versión impresa, y no al revés. No es posible prever, justo ahora, si esta tendencia seguirá y logrará acumular lectores. Lo que se observa son diversas estrategias para conciliar los hábitos de los lectores con las necesidades de las empresas.

C7: ¿medio público o vocero del gobierno?

DIEGO GUILLÉN PEÑA Y

MARÍA FERNANDA GONZÁLEZ HERNÁNDEZ

Los medios ciudadanos son una ventana hacia la construcción de la democracia en las sociedades. De ahí la importancia de señalar y observar el renglón de uno de los medios públicos más importantes de Jalisco: C7. Su función como medio de información ha cambiado sus matices en distintos puntos a través de su historia en la medida en que el gobernador en turno designe a su director, y por lo tanto la línea editorial del canal. Por esta razón, los cambios de administración cada sexenio son sumamente importantes para C7, más aún después de un receso de tres sexenios del Partido Revolucionario Institucional (PRI). Este es el caso, en el que podemos reconocer un giro total en la administración y la dirección de este canal del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRTV).

Los monitoreos temáticos son una herramienta para poner en observación los contenidos de los medios de comunicación y así profundizar a través de las coyunturas políticas. En esta ocasión, el monitoreo de un programa en particular y el análisis de la parrilla de programación del canal nos permitieron confirmar que el objetivo de C7 es visibilizar y favorecer las acciones del gobierno estatal.

Esta investigación presenta los resultados obtenidos de dicho monitoreo, algunos testimonios de antiguos y actuales colaboradores del canal, así como entrevistas a especialistas y un breve análisis de las transformaciones del estatus legal. Debido a la importancia de C7 como medio

ciudadano, se busca dejar claro que un medio de comunicación de este tipo debe responder a los intereses de su población, dado que en cierta medida somos los ciudadanos quienes financiamos sus transmisiones.

OBJETIVO GENERAL

La hipótesis de esta investigación es que C7, el canal del Gobierno del Estado de Jalisco, en lugar de ser un medio de y para los ciudadanos, se ha convertido en la estrategia de comunicación social del gobernador para mostrar y favorecer las acciones de su gabinete. Buscamos comprobar, a través de un monitoreo, que la cobertura que se le da a los actores institucionales e individuales del Gobierno del Estado ayuda a legitimarlos a través de este canal de televisión abierta. Partimos también de la idea de que la transformación del SJRTV realizada durante 2013 es una expresión visible de una transformación en la línea editorial del canal, una que garantiza una mayor presencia de la agenda gubernamental en el menú informativo del Sistema.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Con esta investigación contestamos las siguientes preguntas:

- ¿De verdad contamos con un medio de comunicación público que vela por los intereses de la sociedad?
- ¿Qué tan presente se encuentra el Gobierno del Estado de Jalisco en la programación y en la agenda de noticias de

C7? ¿Es evidente la participación de estos actores dentro del medio?

- ¿Realmente la sociedad jalisciense está representada en los contenidos de la programación de dicho canal?

ANTECEDENTES

La XEJB-AM fue la primera estación de radio en el país perteneciente a algún gobierno estatal. El canal de televisión se inauguró en 1990. Tres años después, el secretario de Cultura, Juan Francisco González, convocó e instaló un Consejo Consultivo Ciudadano, integrado por personas interesadas, entre las que había académicos, periodistas y radialistas, que trabajó hasta 1996, cuando se constituyó un consejo formado por funcionarios, y el Sistema, prácticamente, fue manejado por la oficina de Comunicación Social del gobierno estatal.

Durante la mayor parte de su existencia, las emisoras y luego el Sistema sufrieron carencia de recursos. A partir del gobierno de Emilio González Márquez el Sistema contó con suficientes recursos financieros y hasta pudo tener su propio edificio. En ese periodo vimos un gran esfuerzo por entablar relaciones con organismos similares de otros estados y la participación del Sistema en actividades nacionales e internacionales, con un fuerte protagonismo de su director.

C7 actualmente está conformado por dos frecuencias de radio, un canal de televisión análoga y otro de televisión digital en Guadalajara. En Puerto Vallarta cuenta con dos estaciones de radio y un canal de televisión; una frecuencia

de radio y otro canal en Zapotlán el Grande, y uno más en Tepatitlán.¹

Desde abril de 2013, el SJRTV ha efectuado cambios en su imagen, programación, contenidos, administración interna y dirección, entre otros. La puesta en marcha de las modificaciones se ha dado a partir de la entrada de Aristóteles Sandoval Díaz al Gobierno del Estado de Jalisco. Después de 18 años de gobiernos panistas en el estado, la llegada del PRI ha influido en las diversas transformaciones que se han suscitado en este medio de comunicación público, el cual se mantiene de los impuestos de los ciudadanos.

En entrevista, Juan Manuel Velázquez, académico del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) asegura que la llegada del PRI fue un retroceso para la televisión pública en Jalisco, pues ya se había logrado avanzar, en cierta parte, para transmitir contenidos más sociales de carácter formativo. Otra colaboradora de C7 —quien prefirió que omitiéramos la mención— reveló que ahora la televisora está jugando un papel de propaganda política, además de que desde el gobierno federal se sugieren temas y se propone seguir cierta línea, como el tratamiento que se les debe dar a las propuestas de las reformas. Asimismo, el PRI está utilizando los medios públicos, en este caso aprovechando la autoridad que se tiene en el canal de Jalisco, para transmitir contenidos que vayan marcando por dónde quieren que se dirija el país. Sin embargo, durante el análisis pudimos deducir que no

1. Con información de Cristina Romo, académica emérita del ITESO, durante el Foro sobre Medios Públicos, organizado por Q ITESO: Análisis Crítico de Medios en marzo de 2014, en el ITESO, Guadalajara.

es al PRI, sino al gobierno estatal en turno, a quien cubre el canal de manera positiva.

El actual director de C7, Sergio Ramírez Robles, fue director general de Comunicación Social y vocero del Poder Ejecutivo del Estado de Puebla durante parte de la administración de Rafael Moreno Valle como gobernador de Puebla. Su labor como vocero del gobernador de Puebla cesó tras un escándalo que tuvo que ver con demandas que interpuso a varios periodistas de prensa crítica de ese estado, además de ya haber sido criticado por el mal manejo mediático con el que trató algunos temas de relevancia para el gobernador, dejándolo con una no muy buena imagen. Además, antes de tener la dirección del Sistema Jalisciense, colaboró como consejero en Comunicación Gubernamental, como parte del equipo de transición del entonces gobernador electo Jorge Aristóteles Sandoval Díaz, durante cuatro meses. No parece ser coincidencia su nuevo puesto en Guadalajara, a partir de las relaciones políticas que ya sostenía, pues este es otro vínculo previo a su puesto actual.

El canal ahora es un organismo descentralizado de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Jalisco, el cual obtiene sus recursos de fondos públicos, recaudados de los impuestos que pagan los ciudadanos. Por lo tanto este servicio público supuestamente debe brindarnos contenidos de interés social, que no sean únicamente políticos, y mostrarnos sucesos relevantes para la sociedad jalisciense. Como se menciona en su misión: “Servir a la comunidad, contribuyendo como medio creativo de comunicación a la promoción y difusión de la cultura, la educación y el entretenimiento, coadyuvando al desarrollo integral de Jalisco”.

TRASFORMACIONES DEL ESTATUS LEGAL

En septiembre de 2013 Aristóteles Sandoval, gobernador del estado de Jalisco, propuso una iniciativa que cambió el estatuto legal del SJRTV y de los medios que lo conforman: las dos estaciones de radio y el canal de televisión C7. El SJRTV pasó de depender de la Secretaría de Cultura como órgano desconcentrado a ser una organización pública descentralizada (OPD). Esto implicó que el Sistema tuviera su propio presupuesto, un Consejo Consultivo y el permiso para obtener recursos a partir de la venta de espacios publicitarios y donaciones. Además, el nombramiento del director sigue siendo facultad única del gobernador del estado en turno, aspecto que es central en términos de la orientación editorial del canal y asimismo hace menos posible la creación del modelo deseado: un espacio de comunicación ciudadana plural. La Ley Orgánica del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión está vigente desde el 8 de diciembre de 2013 y según su artículo tercero, “el Organismo contará con independencia editorial; autonomía de gestión financiera; participación ciudadana; reglas claras para la transparencia y rendición de cuentas; defensa de sus contenidos; opciones de financiamiento; pleno acceso a tecnologías y reglas para la expresión de diversidades ideológicas y culturales”.

Durante el Foro sobre Medios Públicos organizado por Q ITESO: Análisis Crítico de Medios, Cristina Romo Gil explicó que dicha ley

[...] ordena constituir un Consejo Consultivo en el que participen siete vocales ciudadanos del ramo de la comunicación o las telecomunicaciones, que serán designa-

dos por el Titular del Poder Ejecutivo, de entre la terna que le sea propuesta por el Director General, previa convocatoria pública. También tendrá que nombrar un Defensor de la Audiencia como un órgano de autorregulación que opere de acuerdo con los criterios del Código de Ética del propio organismo, que busque reconocer y velar por los derechos de la audiencia, con criterios editoriales, de calidad, fomente la variedad y veracidad de la información, motive la participación ciudadana en un espacio de vinculación e interacción que nos ayude a construir un medio público.

CAMBIO A MULTIPLATAFORMA

Uno de los cambios más trascendentes que se realizaron a partir del 6 de mayo de 2013 en el SJRTV fue la decisión de transmitir el mismo contenido por radio, televisión y la Internet: la famosa multiplataforma. Esta medida, además de que permite ahorrar recursos, reduce la posibilidad de generar más contenidos tanto en radio como en televisión, dado que no se utilizan los formatos adecuados para estos medios. Así, mientras uno escucha un programa en la radio y es apetitoso para la audiencia, en televisión puede no serlo. Lo anterior modifica la articulación entre imagen y verbalización, están cambiando la manera perceptiva de la gente, explicó Juan Manuel Velázquez. Además, podría ser claro que entre menor sea la diversidad de temas transmitidos en los tres medios, mayor será su alcance. Es decir, una persona de la audiencia escucharía el mismo mensaje sin importar en qué plataforma sintonice cualquiera de estos programas.

La decisión un tanto extraña por la que se optó para condensar los contenidos en una multiplataforma se vio reflejada en la reacción de la audiencia, además de que se necesitaron algunas semanas para establecer los nuevos formatos, platicó un integrante actual de C7 que prefirió que no mencionáramos su nombre. Por lo anterior se han adaptado dichos espacios para su nueva forma de transmisión, como la iluminación y el audio, aunque no hay duda de que hay programas que deberían mantener su formato original únicamente, manifestó Velázquez.

Antes, la transmisión del Sistema constaba de dos emisoras de radio, un canal de televisión y una página *web* en Guadalajara, reducido ahora a la multiplataforma. Con la implementación de este nuevo formato, transmisión simultánea de una sola programación para radio, televisión y la Internet, el contenido se reduce y se empobrece la capacidad de transmitir mensajes a distintos públicos.

Ahora bien, los principios de este medio público tendrían que ver con el contacto directo y la participación activa de la sociedad. Al percibir los cambios en la nueva programación, la gente reclamó, pues fue una medida impuesta, no consultada. Ante acciones de este tipo debemos preguntarnos dónde quedan los intereses ciudadanos, la información plural y de calidad de un espacio público.

EL MONITOREO Y SU METODOLOGÍA

Para el análisis que se presenta a continuación tomamos como referencia un monitoreo que se efectuó del 7 al 21 de febrero de 2014 de programas específicos de C7. Además se tomó información de notas publicadas en diversos diarios locales y entrevistas realizadas a académicos, ex-

miembros y colaboradores del Sistema, y a expertos en el tema sobre medios públicos. La finalidad del monitoreo era observar cómo se define la agenda de noticias del Sistema, así como identificar el tratamiento que se le da a los actores y a las instituciones que se mencionan en las notas de un noticiero determinado. También observamos la participación que tienen funcionarios del gobierno como conductores en programas producidos por C7.

Para la investigación decidimos analizar el noticiero C7 *Noticias de Verdad*, conducido por Alfonso Javier Márquez y producido por C7. Como tal, es transmitido en vivo tanto en su canal de televisión como en su frecuencia en radio y en *streaming* a través de la página *web*. Este noticiero es el que podría ayudar a dar mayor visibilidad a la línea editorial de canal debido a que se transmite en el horario estelar nocturno. De todas las secciones del programa solamente se excluyeron “Cultura en breves” y “Breves legislativas”, dado que son notas de corta duración, y “Deportes”, cuyo contenido no resulta pertinente para la investigación, ya que buscamos actores políticos y no artistas o deportistas. Se mantuvo la sección de entrevistas, así como “De verdad, en la cultura” debido a que en las notas suelen participar algunas instituciones vinculadas con el gobierno y “sus empleados”, la cual habla exclusivamente sobre funcionarios gubernamentales. Por último, definimos como muestra los programas transmitidos entre el 7 y el 21 de febrero de 2014. En total fueron diez las emisiones que se registraron. Previo al análisis se hizo una codificación de las notas transmitidas durante el programa para observar el tratamiento que el noticiero hace de los temas, los actores y las instituciones.

CUADRO 2.1 TEMAS GENERALES TRATADOS EN EL NOTICARIO NOCTURNO DE C7

Tema	Número de notas	Porcentaje
Política y gobierno	43	21%
Cultura, arte y celebridades	38	18%
Infraestructura y desarrollo urbano	37	18%
Seguridad, crimen y violencia	30	15%
Social	24	12%
Ciencia, salud y medio ambiente	21	10%
Economía	10	5%
Educación	3	1%
Total general	206	100%

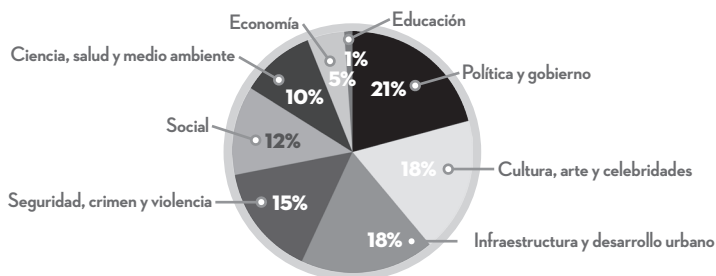
Fuente: Q ITESO, primavera 2014.

Durante el monitoreo también se rastrearon los programas producidos por C7. En ellos aparecen como conductores algunos funcionarios del Gobierno del Estado, cuyas especificaciones se pueden consultar en la página web de dicha institución, donde se muestran los datos de transparencia que el gobierno está obligado a compartir públicamente.

TEMAS GENERALES

Existe una gran variedad de temas generales que se abordan en el noticario nocturno de C7 (véanse el cuadro 2.1 y la gráfica 2.1). De los temas generales 21% corresponde a política y gobierno (43 notas); 19% a cultura, arte y celebridades (39); 18% relacionadas con infraestructura y desarrollo urbano (38); 14% de seguridad, crimen y violencia (30); 14% sobre temas de la sociedad; 10% de ciencia, salud y medio ambiente (21), y 5% de aspectos económicos (10).

GRÁFICA 2.1 NOTICIAS DE VERDAD: DISTRIBUCIÓN DE TEMAS GENERALES



Fuente: QITESO, primavera 2014.

CUADRO 2.2 TEMAS PARTICULARES CON MAYOR NÚMERO DE NOTAS

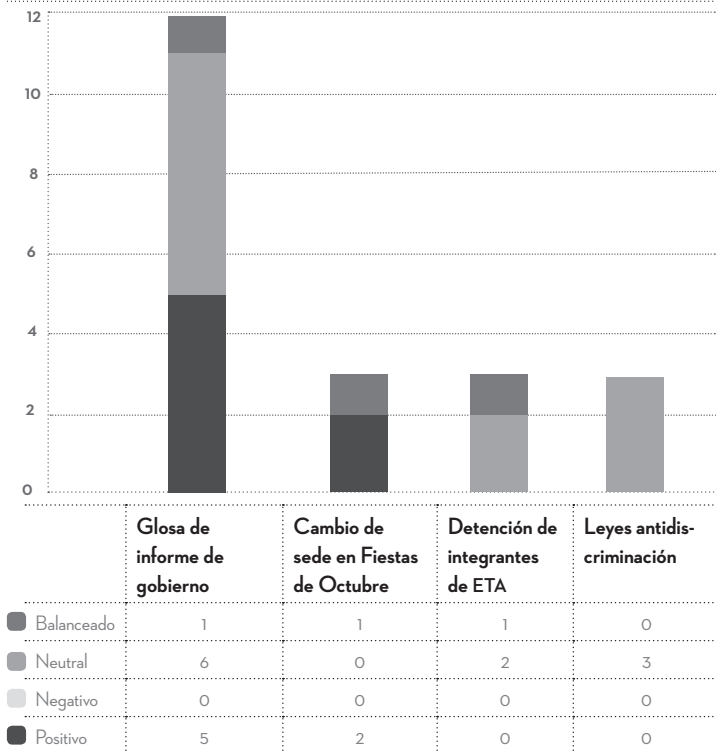
Tema particular	Total
Glosa del Informe de gobierno	12
Cambio de sede de las Fiestas de Octubre	3
Detención de integrantes de ETA	3
Leyes antidiscriminación	3

El tratamiento de temas generales en el noticiario se enfoca en tres asuntos: Política y gobierno, Cultura, arte y celebridades e Infraestructura y desarrollo urbano. Los resultados completos se muestran en el cuadro 2.1 y la gráfica 2.1.

TEMAS PARTICULARES

Del total de 206 notas codificadas, fueron cuatro los temas particulares que registraron la mayor cantidad de notas (20 en su conjunto): la glosa del Informe de gobierno (12), el cambio de sede de las Fiestas de Octubre (3), la detención de integrantes del grupo delictivo ETA (3) y la presentación de la iniciativa de Ley Antidiscriminación en el Congreso de Jalisco (3), como muestra el cuadro 2.2.

GRÁFICA 2.2 TRATAMIENTO DE TEMAS PARTICULARES MÁS MENCIONADOS



Fuente: Q ITESO, primavera 2014.

Es decir, 90% de las notas tienen menos de tres menciones, lo cual hace muy extensa la lista de temas tratados. De entre todos, solo la glosa del Informe de gobierno apareció más de tres veces: 12 en total; la mayoría de las veces de forma neutral (6), pero casi a la par en la cantidad de veces que fue tratada positivamente (5).

Los temas particulares con más unidades informativas de *C7 Noticias de Verdad* representan apenas 10% del total de las notas codificadas, como muestra la gráfica 2.2. Aunque

el tema de la glosa registró mayor cantidad de notas es, al mismo tiempo, un tema que se da en una coyuntura específica.

En el caso del tema de la glosa, Alfonso Javier Márquez explicó la forma en que el gobierno procedió para llevar a cabo la ceremonia y en general habló positivamente diciendo que no solo sirve para que los diputados se pongan de acuerdo entre sí sino también para visibilizar las acciones del gobierno estatal. Incluso en una nota del 10 de febrero apareció la opinión de Sergio Ramírez Robles, en la cual se mostró comprometido con la trasmisión de la glosa en el Congreso del Estado, y anunció que las sesiones serían cubiertas en vivo por C7 Jalisco a través de las distintas plataformas (radio, televisión y *web*). Durante toda la semana se transmitió la glosa en el horario del programa de debate *Estación Central*. Además, Ramírez Robles hizo hincapié en que el Gobierno del Estado cumplió con su responsabilidad en materia de transparencia al poner la glosa a disposición de la ciudadanía a través de C7.

El tema de la iniciativa sobre la legalización de la marihuana también resultó relevante; no solo por su número de menciones sino porque para su tratamiento en el programa del 12 de febrero contó con la presencia de Enrique Velázquez, diputado por el Partido de la Revolución Democrática (PRD), quien respondió por la iniciativa que había defendido en el Congreso. Sin embargo, y casi de manera contradictoria, en el programa del día anterior el conductor había criticado la frecuente aparición de Enrique Velázquez en los medios. De esto se puede interpretar que a pesar de la postura negativa del conductor hacia el diputado, el programa permitió dar voz a la diversidad de opinión.

CUADRO 2.3 TRATAMIENTO DE ACTORES INSTITUCIONALES

Institución	Positivo	Negativo	Neutral	Balanceado	Total
Congreso local	2	0	13	1	16
Gobierno estatal	10	0	5	0	15
Ayuntamiento de Guadalajara	0	5	3	0	8
Ayuntamiento de Zapopan	1	4	3	0	8
Fiscalía General de Jalisco	1	1	4	1	7

Fuente: Q ITESO, primavera 2014.

TRATAMIENTO DE ACTORES INSTITUCIONALES E INDIVIDUALES

En el monitoreo se codificaron un total de 22 instituciones —entre el Gobierno del Estado de Jalisco, secretarías, ayuntamientos y otros organismos— que fueron clasificadas según el tratamiento que se les dio durante el programa. El cuadro 2.3 muestra las cinco instituciones con mayor número de menciones, que fueron el Congreso local, el Gobierno del Estado, los ayuntamientos de Zapopan y Guadalajara, y la Fiscalía General de Jalisco.

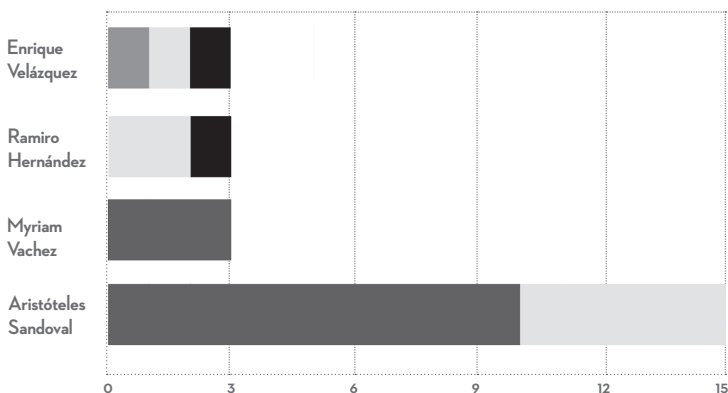
El Congreso local es la institución que tiene más menciones, la mayoría de ellas con tratamiento neutral dado que durante las semanas del monitoreo se llevó a cabo la glosa del Informe del gobernador de Jalisco, y las notas —a veces breves— reflejaban algunos de los avances de la glosa sin emitir juicios sobre los actores institucionales o sobre el tema expuesto. Es decir, en la mayoría de las notas referidas a la glosa se habla de lo que presentaron los diputados y de lo que prometieron sin ponerlo en duda y mostrando solamente los aspectos positivos del Con-

greso en la nota. El gobierno estatal —sin contar a sus secretarías— es la segunda institución con más menciones, en mayor medida con enfoque positivo. Mientras los conductores y reporteros cubrían a Aristóteles Sandoval no había comentarios irónicos de su parte, solo información sin posturas críticas. Al ser poco crítico con las acciones del gobierno estatal podemos darnos cuenta de que no existe una línea editorial independiente.

En seguida aparecen los ayuntamientos de Guadalajara y de Zapopan como las instituciones tratadas en un mayor número de notas con enfoque negativo. Incluso el conductor, Alfonso Javier Márquez, continuamente se vale de comentarios irónicos para poner en duda las responsabilidades de los alcaldes. Por ejemplo, en una nota sobre la construcción de un motel, el reportero Carlos Luévanos da cuenta de cómo están las instalaciones y lo hace de forma negativa, avivando el fuego con frases como “por si fuera poco”. El conductor se burla del sistema educativo y desea que el secretario de Educación esté viendo el programa, incluso se dirige a él. Constantemente se sigue la misma dinámica para la crítica: el reportero Carlos Luévanos pone en duda las promesas de los alcaldes de la zona metropolitana de Guadalajara, mientras que el conductor invita al público a exigir respuestas eficientes a sus gobernantes.

La cobertura noticiosa sobre la Fiscalía tuvo enfoques más diversos, aunque se notó más una tendencia neutral. Por otro lado, el conjunto de las secretarías también tuvo varias menciones —aunque no en lo individual— que en su mayoría fueron positivas, mientras que para los diputados hay enfoques mayoritariamente neutrales. Esto significa que C7 no tiene como objetivo promover o criticar a los

GRÁFICA 2.3 TRATAMIENTO DE ACTORES INDIVIDUALES MÁS MENCIONADOS



	Aristóteles Sandoval	Myriam Vachez	Ramiro Hernández	Enrique Velázquez
Positivo	10	3	0	0
Negativo	0	0	0	1
Neutral	5	0	2	1
Balanceado	0	0	1	1

Fuente: Q ITESO, primavera 2014.

partidos distintos al del gobernador sino que tiene un especial interés en mostrar los aciertos del gabinete del Gobierno del Estado. Vale señalar que los tres poderes (Ejecutivo, Legislativo y Judicial) del estado están entre las cinco instituciones con más notas registradas.

En el total de noticias de *C7 Noticias de Verdad*, los actores más mencionados y el tratamiento con el que se habló de ellos se muestran en la gráfica 2.3. Aristóteles Sandoval es el actor con más menciones (15 notas en total),

de las cuales diez tuvieron un enfoque positivo. Le sigue Myriam Vachez, secretaria de Cultura, tres menciones positivas. Luego el alcalde Ramiro Hernández, con dos terceras partes de las notas tratadas de forma neutral y la otra balanceada. Y el diputado Enrique Velázquez, con tratamientos de diferentes enfoques.

LOS NOTICIARIOS: “LA COLUMNA VERTEBRAL”

La nueva barra de noticias, que se implementó desde la llegada de Ramírez Robles a la dirección de C7, se asemeja cada vez más a los noticiarios de una televisora privada, con cortes informativos y tres programas al día, por ejemplo. Cuando llegó Ramírez Robles a la dirección indicó que junto con la implementación de las redes sociales, los noticiarios podrían reflejar a la sociedad a través de los espacios de C7.

En el noticiario monitoreado se ofrecieron algunos espacios a diferentes opiniones respecto a los hechos que presentan. Durante el monitoreo hubo cuatro invitados: el diputado local del PRD Enrique Velázquez, quien habló sobre la iniciativa para legalizar la marihuana en Jalisco; el senador local del PRI, Jesús Casillas, sobre el Operativo Salvando Vidas, ante el cual el conductor se mostró a favor e invitó a la audiencia a respetar estas medidas; Samantha Olivares Canales, perito especialista en psicología forense que habló sobre los etarras detenidos en Puerto Vallarta, y Gerardo Rodríguez, secretario federal del Trabajo en el Estado de Jalisco, en cuya charla abordó el tema de la reforma laboral. Todas las entrevistas duraron entre nueve y diez minutos, que equivalen a los segmentos de más duración en el programa, a lo cual se le atribuye una mayor

importancia en el manejo de los temas. El único caso que guarda relación entre el número de menciones y la larga duración de las entrevistas es sobre la detención de los etarras en Puerto Vallarta.

Los comentarios de Ramírez Robles son frecuentes en el programa durante varias ocasiones sobre diversos temas, como en hechos polémicos sociales, económicos y políticos. Por ejemplo, opinó en algunas intervenciones sobre la trata de blancas en el mundo, el Tratado de Libre Comercio y la glosa del informe de gobierno. Es decir, abordó temas locales, nacionales e internacionales, a pesar de que el programa trata noticias en su gran mayoría locales. Con esto podemos darnos cuenta de que el protagonismo que tiene el director de C7 dentro de las transmisiones le permite expandir su opinión más allá de la línea general de temas tratados durante el programa.

En la sección “Sus empleados”, que aparece eventualmente en el noticiero (solo en dos días de nuestra muestra), se tratan los temas relacionados con los dirigentes políticos. Aquí, el conductor aclaró que la sección se llama así porque los funcionarios son empleados de la ciudadanía, por lo tanto invitó al público a exigirles a “sus empleados”. Esto refuerza el interés del noticiero por visibilizar temas políticos.

Juan Manuel Velázquez comentó que en el tiempo que colaboró con el entonces SJRTV, durante gobiernos panistas, pasaban situaciones muy similares a las que ahora vemos con C7, pues en lugar de plantear problemas sociales el canal estaba más preocupado por cubrir temas burocráticos. El problema es que C7 es un canal que se dice público pero es entendido como político, favorecedor de las posiciones del gobierno, según indicó Juan Manuel:

Empezando por la situación de que cuando se elige al director del canal, se preguntan “¿a quién queremos de director?” cuando en realidad deberían de hacerse consultas, evaluar que la persona sea apta para el puesto, pues debe conocer el medio, tener experiencia y que sus intereses sean públicos —algo que debería ser primordial—, y no que tengan que ver con compromisos políticos. Sin embargo, lo que se hace en lugar de eso, es buscar un director que obedezca las indicaciones del gobierno, bajo una lógica de protección a su postura política, pues ellos entienden lo público como gubernamental, cuando lo público debería ser de la ciudadanía.

FUNCIONARIOS AL FRENTE

De un total de 32 conductores del canal, nueve son funcionarios de Gobierno del Estado. Su participación se refleja en 28,5% de todos los programas producidos por C7, lo cual quiere decir que la participación de los funcionarios se concentra en más de un cuarto de su programación, sin contar a los que trabajan en algún programa sin estar al frente de la cámara. El hecho de que algunos funcionarios aparezcan como conductores no representa que necesariamente sean voceros de sus propios departamentos, porque por un lado tenemos el caso del programa *Balón Suelto*, conducido por Gustavo Palestina, director administrativo de la Coordinación de Concertación Social, y sin embargo el tema central es el fútbol americano —un tema totalmente distinto—, pero por otro lado Lourdes Alicia Mireles y Antonio Ceja Mercado pertenecen al Departamento de Comunicación Social del Gobierno de Jalisco y conducen *C7 Familias en Red* y *20 / 20*, respectivamente, en

CUADRO 2.4 FUNCIONARIOS QUE COLABORAN EN C7

Programa	Nombre	Cargo
<i>c7 Noticias desde la Calle</i>	María Nivia Cervantes Ramírez	Jefa de Información para Radio y Televisión
<i>c7 Ciudadano</i>	Fernando Javier Vera Gloria	Director de Noticieros del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión
<i>Fútbol pá la Perrada</i>	Ignacio Cadena Beraud	Presidente de la Asociación de Hoteles y Moteles de Puerto Vallarta
<i>20 / 20</i>	Antonio Ceja Mercado	Director de Comunicación Social
<i>Balón Suelto</i>	Gustavo Palestina Ortega	Director administrativo de la Coordinación General de Concertación Social
<i>La Mesa</i>	Álvaro Abitia Cuevas	Director general de Actividades Culturales
<i>c7 Protección Civil</i>	Fernando Javier Vera Gloria	Director de Noticieros del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión
<i>c7 Familias en Red</i>	Lourdes Alicia Mireles Godoy	Jefe de información de la Dirección de Comunicación Social
<i>c7 Sociedad</i>	Fernando Javier Vera Gloria	Director de Noticieros del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión

Fuente: Q ITESO, primavera 2014.

donde se plantean temas que sí tienen que ver con su departamento. También está el caso de Álvaro Abitia, quien funge como director general de Actividades Culturales y conduce *La Mesa*, programa especializado en temas de gestión y difusión cultural. Esto refleja cierta cercanía entre funcionarios de gobierno y C7, y quizá la facilidad para acercarse a tener un espacio televisivo. Por lo tanto, el tipo de conductores no necesariamente cumple con el perfil de un comunicador o un periodista. El cuadro 2.4 especifica el puesto y programa donde conducen funcionarios.

CONCLUSIONES

Es evidente que C7 favorece las acciones del Gobierno del Estado de Jalisco a través de su programación y los resultados obtenidos para este análisis confirmaron nuestra hipótesis. En México estamos acostumbrados a que los medios públicos sean utilizados para los fines que el gobierno o algunas instituciones dispongan, siendo que un medio de este tipo debería tener total autonomía del poder político y servir a la sociedad, para que así el público se pueda reconocer en los contenidos. Se tiene la idea errónea de que lo público es igual a lo gubernamental o político, siendo que lo público es de los ciudadanos y lo político es de los burócratas.

Por otra parte, podríamos decir que C7 comienza a asemejarse a un medio comercial, pues ahora que su ley orgánica le permite vender espacios para publicidad, veremos el manejo que se le dará a esta nueva adquisición. A lo largo de la historia, los medios comerciales en México han tenido tratos favorables en perjuicio de los medios públicos, por eso es que no estamos muy relacionados con dichos medios, por lo que habría que seguir trabajando en ello más intensamente, exigir este servicio público, y estar al pendiente de las acciones del canal público del estado, para que de esta forma se note participación directa e interés por su audiencia. Así el canal percibiría la responsabilidad que conlleva tener en sus manos la capacidad de transmitir contenidos para la ciudadanía.

Hay que reconocer que sí existen espacios para diversas opiniones dentro de la programación del canal. Incluso se les brinda la sección de mayor duración de los distintos programas. Aunque también cabe señalar que si bien

ahora es un organismo público descentralizado, solo lo es en la cuestión financiera, pues su influencia política en el establecimiento de su agenda sigue siendo bastante notoria. Así como C7 pone a jugar como conductores a los funcionarios de Gobierno del Estado para hacerlos quedar bien a través de su programación, el oficio del profesional de la comunicación se ve sustituido por el de burócratas que se vanaglorian a sí mismos.

La Ley Orgánica del Sistema incluye varios puntos prometedores, los cuales incitan a que C7 se transforme en un medio que fomente la cultura, que tenga contenidos plurales y de producciones independientes, y la formación de un Consejo Consultivo, que podría representar a las audiencias efectivamente. Que por tanto, su trabajo se dirija a los intereses de los ciudadanos, y no exclusivamente a los de los políticos. Que dé entrada para la participación directa de los ciudadanos, la cual es indispensable para la aspiración a una democracia más sólida. Solo así podrá reconocerse como medio público y dejar de ser un medio gubernamental.

Réquiem por un ombudsman: el defensor del lector en Milenio Jalisco

BERNARDO MASINI AGUILERA

EL OMBUDSMAN: FIGURA POCO SOCORRIDA EN MÉXICO

Durante más de 13 años el periódico que apareció en la escena jalisciense como el sucesor de *Siglo 21* contó con un rasgo que lo distinguió del resto de sus competidores regionales. El proyecto editorial que nació bajo el nombre de *Público*, y que hoy corresponde a la versión local del Grupo Milenio, tuvo un defensor del lector hasta el 30 de junio de 2013. Se trató de una práctica pionera en todo el ecosistema mediático del estado, que en general fue bien acogida tanto por los lectores como por los miembros de la redacción del diario. Tanto así que en sus primeros años hacía suponer que podría ser retomada por más medios, tanto locales como nacionales. Lo cierto es que hasta la fecha ningún otro periódico jalisciense ha recogido la figura del defensor del lector, y apenas en 2008 hubo un intento de parte de la Universidad de Guadalajara por ofrecer a sus audiencias una defensoría para todo su entramado mediático en la persona de Enrique Sánchez Ruiz. El proyecto no resistió la dinámica interna en el turbulento rectorado de Carlos Briseño, y fracasó en cuestión de semanas.

Como cualquier otro actor social, los medios son propensos a cometer errores que repercuten en su credibilidad y su prestigio. La mayoría de ellos intenta minimizar-

los o dispersar su impacto potencial. Otros los reconocen e intentan rectificarlos. Pero hasta hoy han sido pocos, muy pocos, los que han explicitado en sus páginas que no hay libertades absolutas, y que eso incluye a la libertad de expresión (Herrera Damas, 2006). En atención a ello, como instrumento de autocontrol crítico aparecieron los primeros defensores de los lectores en los diarios mexicanos. La idea del enorme poder simbólico de los medios de comunicación en cuanto eslabones entre los distintos grupos sociales, sus representantes, sus personajes-noticia y sus respectivas nociones de la realidad preexiste al famoso informe McBride que publicara la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) en 1980. La glosa que se hiciera de este documento en las universidades de todo el mundo arrojó luz respecto a un hecho menos evidente que el poder de los medios: estos no suelen ser vigilados por instancias que regulen su profesionalismo y sus criterios deontológicos.

Suele señalarse la ciudad de Louisville, Kentucky, como el lugar que vio nacer a los modernos defensores de los lectores. Dos periódicos de dicha localidad estadounidense —*The New Year Journal* y el *Courier Journal*— designaron en 1967 a John Herchenroeder como un ombudsman compartido entrabos. En el caso de México el primer diario en instituir la figura fue *El Economista* en 1993. Tras este lo harían muy pocos más: *Unomásuno*, *La Crónica de Hoy* y *Milenio* en la ciudad de México, así como *Público* (hoy *Milenio Jalisco*) en Guadalajara, *Pulso* de San Luis Potosí, *Síntesis* de Puebla, *Tabasco Hoy* en Villahermosa y *Noroeste* en Culiacán (Núñez Bustillos, 2012: 195-196). El panorama es poco alentador a inteligencia de que *Unomásuno* ya desapareció, y los dos periódicos del Grupo

CUADRO 3.1 DEFENSORES DEL LECTOR EN PÚBLICO-MILENIO JALISCO (2000-2013)

Periodo	Defensor del lector
Enero de 2000 a enero de 2002	Francisco Núñez de la Peña
Febrero de 2002 a enero de 2004	Carlos Enrique Orozco Martínez
Febrero de 2004 a enero de 2006	Mara Robles Villaseñor
Febrero de 2006 a abril de 2008	Augusto Chacón Benavides
Mayo de 2008 a mayo de 2011	Juan Carlos Núñez Bustillos
Junio de 2011 a junio de 2012	María Elena Hernández Ramírez
Junio de 2012 a junio de 2013	Jorge del Pozo Marx

Milenio que tenían un defensor decidieron prescindir de él en momentos distintos. En medio de los no menos de 300 diarios que circulan en el país, este pequeño grupo de excepciones no permite decir que la figura del defensor del lector haya llegado para quedarse en las rotativas mexicanas. Antes bien su aparición en los noventa se explica en función de la socorrida autorregulación a la que tanto apelaron los medios desde entonces como argumento para evitar la aprobación de leyes que dotaran al estado de mecanismos de control de la calidad informativa. En ese contexto los directivos de *Público* determinaron en 1999 crear la figura del ombudsman: una persona calificada, aunque ajena al diario, que recibía de este la encomienda de velar por la calidad de sus contenidos en función de las necesidades de los lectores (“Estatuto del ombudsman de *Público*”, 2002: 4). El primer ombudsman —o defensor del lector— fue Francisco Núñez de la Peña, y comenzó su labor en enero de 2000. El último fue Jorge del Pozo Marx, quien ejerció la función hasta junio de 2013. La relación histórica de los defensores del lector de *Público-Milenio Jalisco* se detalla en el cuadro 3.1.

EL ANTECEDENTE EN SIGLO 21

Juan Carlos Núñez Bustillos, periodista, académico del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) y uno de los siete defensores que tuvo el diario, refiere un antecedente significativo que favoreció la instalación de esta figura en *Público*. Buena parte del equipo de redacción del nuevo periódico había colaborado en *Siglo 21*, proyecto que paradójicamente no llegó a la centuria que le daba nombre. Núñez Bustillos recuerda el papel innovador que desempeñó Juan Pablo Rosell, quien todas las mañanas revisaba los contenidos del diario, sección por sección; nota por nota. Rosell había llegado a Guadalajara en 1968 para colaborar en la Agencia Mexicana de Noticias e impartir clases tanto en el Instituto Pío XII (hoy Universidad del Valle de Atemajac, Univa), como en el ITESO. *Siglo 21* lo invitó a trabajar en la elaboración de su libro de estilo junto a Jorge Zepeda Patterson y Alejandro Ochoa. Al tiempo que realizaba este proyecto recibió la encomienda de “fiscalizar en buena lid” los contenidos del periódico. A media mañana enviaba a la redacción un ejemplar de la edición del día, marcado no solo con las erratas que había encontrado sino también con señalamientos sobre los aciertos y las buenas prácticas de los reporteros. Juan Carlos Núñez, que entonces comenzaba su carrera periodística, recuerda la expectación con que él y sus compañeros recibían el ejemplar “garabateado por Juan Pablo”, y cómo sus observaciones daban pie a comentarios de todos en la sala de redacción.

La labor de Rosell en *Siglo 21* no fue propiamente la de un defensor del lector, pero el espíritu con que la institu-

ción se sometía al escrutinio de un perito fue la semilla que permitió formalizar la figura unos años después. La esposa de Rosell, Cristina Romo Gil, recuerda que Juan Pablo impartía clínicas para los miembros del periódico una vez al mes. Asimismo, con frecuencia era consultado vía telefónica por alguno de los editores, si bien no contaba con una columna para referir sus reflexiones como ocurriría con los defensores en los años siguientes. Rosell, según Cristina, “más que un ombudsman era un orientador del trabajo de los periodistas”. De hecho las prácticas que llevaba a cabo con formalidad relativa se convirtieron en atribuciones del ombudsman de *Público* cuando se elaboró el estatuto correspondiente.

LOS PRIMEROS AÑOS

El cariz emprendedor y los esfuerzos por replicar buenas prácticas periodísticas de otros lugares del mundo caracterizaron a *Público* en sus primeros años. Incluso su nombre aludía a los destinatarios, razón ulterior de cualquier medio de comunicación. En esa lógica el proyecto que entonces encabezaba Diego Petersen invitó a Francisco Núñez de la Peña a colaborar como el primer defensor del lector propiamente dicho en la historia de la prensa jalisciense. Sus colaboraciones aparecieron en las páginas del diario a partir de enero de 2000. Fueron años de hacer camino al andar, como dice el poema de Machado. Núñez reconoce que para desempeñar su puesto consultaba revistas sobre periodismo y comunicación; estaba atento tanto a los correos electrónicos que recibía como a las quejas que leía en el correo del lector y mantenía contacto sistemático con

el director editorial. A su juicio esta práctica permitió al nuevo periódico diferenciarse del resto de los de la plaza, lo que repercutió en una pronta reputación favorable.¹ El acuerdo entre el ombudsman y la dirección había sido por un periodo de dos años. En ese mismo lapso se formalizó la absorción de *Público* por el grupo regiomontano *Milenio*, de manera que las rutinas productivas de la institución hubieron de empalmarse paulatinamente con las del resto del consorcio. Ello no afectó la dinámica de trabajo del ombudsman en aquellos días. Antes bien *Milenio Diario* —el nuevo hermano capitalino de *Público*— experimentó durante un tiempo la incorporación de la figura: invitó a Luis Petersen a ser el primero de dos defensores que tuvieron sus lectores en un esfuerzo que no prosperó.²

En enero de 2002 concluyó el periodo de Francisco Núñez y fue necesario formalizar su relevo. El diario aprovechó la ocasión para dar a conocer el “Estatuto del ombudsman de *Público*”, que apareció en la página 4 de su edición del 6 de enero. Al institucionalizar la figura, la dirección afirmó que en lo sucesivo “seremos un mejor periódico porque estaremos más cerca de los intereses de los lectores.” El planteamiento coincidió con las reflexiones de Javier Darío Restrepo, periodista colombiano especialista en el estudio de la figura del defensor del lector, quien compara este rol con el departamento de calidad que suelen tener las fábricas, o cualquier otro tipo

1. Testimonio de Francisco Núñez de la Peña, recabado el 22 de enero de 2014.
2. El defensor del lector en la versión capitalina de *Milenio* no logró la “autonomía de origen” que disfrutó su contraparte tapatía. Luis Petersen no solo era hermano del director de *Público* sino que dirigía *El Diario de Monterrey*, del mismo consorcio. En tal situación defendía a los lectores de un periódico y de una ciudad que no correspondían a su quehacer cotidiano.

de empresa (Llamas Sánchez, 2008: 11). A decir del autor de *Ética para periodistas*, el ombudsman no solo defiende al lector sino que al hacerlo defiende también la credibilidad del medio. En ese sentido da lugar a una relación de ganar-ganar entre el periódico y sus destinatarios. El estatuto de *Público* lo describió sin menoscabos: “Es la voz de los lectores y un vínculo entre estos y la redacción del diario” (“Estatuto del ombudsman de *Público*”, 2002: numeral 3). Por esa razón, y en atención a su necesaria neutralidad, se establecieron candados para impedir que ejercieran el cargo funcionarios públicos, miembros de partidos políticos o personas ligadas a instituciones que fueran una fuente cotidiana del periódico (“Estatuto del ombudsman de *Público*”, 2002: numeral 15). También se formalizó el espacio del que dispondría semanalmente el defensor para desahogar las quejas de los lectores y exponer sus reflexiones sobre el quehacer del diario, como de hecho ya lo hacía Núñez de la Peña.

Tal fue el escenario en que Carlos Enrique Orozco Martínez, periodista-divulgador científico y académico del ITESO, fue elegido como nuevo ombudsman. El estatuto dispuso para el cargo periodos de un año con la posibilidad de ratificación por un año más. Fue el caso de Orozco, quien se desempeñó hasta enero de 2004. Al recordar su experiencia refirió la buena relación que mantuvo con Diego Petersen y el papel clave que desempeñaba entonces José Soto, editor del correo del lector, quien atendía puntualmente las solicitudes del defensor. Carlos Enrique señaló que la dirección local del diario hacía lo que estaba a su alcance para favorecer su trabajo. No obstante, la operación del consorcio desde Monterrey o el Distrito Federal tenía repercusiones cada vez mayores para el hermano

tapatío, y los miembros de sendas redacciones desestimaban la figura del ombudsman de *Público*. Cuando las quejas de los lectores tenían que ver con secciones o notas que no se editaban en Guadalajara, Orozco las canalizaba al responsable en la ciudad correspondiente. Sin embargo, era común que no hubiera respuesta.

Cuando sí la hubo, y muy fuerte, fue a propósito de algunos cambios que sufrió el diseño del diario para homologarse con el resto de los del consorcio. Orozco recibió una copiosa cantidad de correos de los lectores, quienes manifestaban su (dis)gusto por la nueva imagen de *Público*. Abordó el tema en su columna y ello dio pie a una reacción exacerbada de Federico Arreola, entonces vicepresidente del Grupo Multimedios, al que se adscribe el Grupo Milenio. Primero por vía telefónica y luego en persona, pues Arreola visitó Guadalajara por esas fechas, el directivo reclamó al ombudsman que estaba haciendo daño al periódico con esa columna. Diego Petersen intentó defender al defensor y amortiguar el enfado de Arreola, quien llegó a exigir la renuncia de Orozco.³ Tuvo que ser el tiempo el que calmara los ánimos del directivo, cuya volubilidad de carácter y sus apuestas políticas lo marginaron de la institución en la coyuntura electoral de 2006. Por su parte, Carlos Enrique Orozco tuvo una segunda experiencia como defensor de la audiencia de Notimex entre 2010 y 2012, cuando la agencia de noticias del estado mexicano intentó establecer dicha figura.

El 16 de febrero de 2003, a propósito de su primer año en el cargo, Orozco Martínez hizo una recuperación reflexiva

3. Testimonio de Carlos Enrique Orozco Martínez, recabado el 4 de febrero de 2014.

de su labor. Se percató de que las palabras más mencionadas en su columna, aparte del nombre del diario y la propia palabra “defensor”, habían sido “lectores”, “credibilidad” y “errores”. No fue difícil atar cabos semánticos para entender el sentido de un año de trabajo. El reto de *Público* en aras de sostener su credibilidad frente a los lectores era reducir los errores que cometían sus periodistas. 13 de las 51 columnas del defensor habían tenido por objeto las fallas del diario. A su vez se percató del interés del mismo por establecer criterios rigurosos de ética periodística, como presentar puntos de vista complementarios —u opuestos— sobre algún hecho noticioso. Celebró que todo aquel que había exigido su derecho de réplica a lo largo de ese año lo había recibido puntualmente a través del correo del lector (Orozco Martínez, 2003: 3). Estos indicadores daban cuenta del genuino interés de la institución por ofrecer un mejor producto a partir de la retroalimentación y de la autocrítica.

AÑOS DE CONSOLIDACIÓN

Con la llegada de Mara Robles Villaseñor al cargo de defensora, en febrero de 2004, podría decirse que la figura entró en una etapa de consolidación. Se había realizado el primer relevo apegado al estatuto aprobado un par de años antes, que arrojó el nombramiento de la primera mujer que veló por los intereses de los lectores en las páginas de *Público*. El perfil de Robles era idóneo para realizar la función. Académica e investigadora de la Universidad de Guadalajara (dirigía el Centro de Estudios Estratégicos para el Desarrollo); contaba también con trayectoria periodística: tenía una columna semanal en el periódico y había

conducido noticieros en Radio Universidad. Aunado a ello en 2000 había sido candidata a la alcaldía de Guadalajara por el Partido del Trabajo, por lo que se trataba de un personaje de renombre en la comunidad.

Los análisis del ombudsman, el desahogo de los casos que planteaban los lectores y las sugerencias a que daban lugar se habían vuelto habituales en las páginas del diario. En el ambiente periodístico local, tanto como en las escuelas de comunicación, se señalaba su presencia como uno de los rasgos distintivos de *Público-Milenio* al compararse con el resto de los medios jaliscienses. Muchos lectores la mencionaban entre las razones por las que elegían ese periódico por sobre los demás. Sin la demagogia que a veces acompaña a las líneas telefónicas abiertas, o a las telencuestas de los medios electrónicos, la defensoría daba estatura y capacidad de propuesta a los lectores, quienes a su vez mantenían cierto sentido de pertenencia o de identidad con su periódico. Al respecto señala Augusto Chacón, defensor del lector entre febrero de 2006 y abril de 2008, que en su gestión intentó ser un intermediario entre quienes hacían el periódico y sus destinatarios; algo más que un corrector público de erratas:

Yo traté, con mi trabajo, de poner las quejas hacia el defensor en un plano diferente al de las erratas y las faltas de ortografía. Quise estar atento a las faltas de rigor, a las notas tendenciosas, o simplemente al periodismo indolente que no pone por delante su relación con quien lee. Además toqué todas las secciones del diario. En ese sentido quise ser un puente para dialogar con la redacción y con los periodistas, un puente que evidenciara cierto código para entender lo que se escribía y sus posibles

lecturas. No tuve mucha respuesta. Los lectores que se comunicaban, la gran mayoría, tendían a lo mismo: los errores de manufactura.⁴

El testimonio de Chacón arroja luz sobre otro elemento importante para evaluar la función del ombudsman: la alfabetización de los lectores en su calidad de beneficiarios de la figura. Quizá *Público-Milenio* había instalado una práctica tan innovadora que sus destinatarios no estuvieron prestos a aprovecharla. Aún así, y en el entendido de que una de las funciones sociales del periodismo es coadyuvar al consumo crítico de información en el seno de una comunidad, la existencia del defensor del lector era un aporte valioso para todo el ecosistema mediático jalisciense. Quienes frecuentaban las páginas del diario se familiarizaban con su rol, así fuera de manera paulatina. A seis años de haber concluido su gestión, Augusto Chacón se dice sorprendido porque hasta la fecha hay quienes lo reconocen en otros espacios y le hacen saber que leían su columna, aun cuando nunca le hubieran remitido una queja. Los lectores se habituaban a la presencia del ombudsman; pero no ocurría lo mismo con los directivos ni con los editores, tanto en Monterrey como en la ciudad de México. En ese sentido la experiencia de Chacón coincidió con la de Carlos Enrique Orozco: las sugerencias que se remitían desde Guadalajara eran veladamente ignoradas por los colegas y los directivos de las otras ciudades. Fueran del defensor del lector, del director del diario o de

4. Testimonio de Augusto Chacón Benavides, recabado el 9 de febrero de 2014.

los editores tapatíos, solían tener por respuesta el mismo desdén.

En cuanto a las rutinas productivas al interior de la redacción, con el paso de los años perdieron rigor. El estatuto del ombudsman concede a este la atribución de asistir a las reuniones de los consejos editoriales, cosa que Augusto Chacón intentó hacer en la medida de sus posibilidades. Pero señala que en un punto de su gestión esas asambleas dejaron de celebrarse con regularidad. El dato es síntoma de cierta flexibilización de los procesos que eventualmente repercutirían en la calidad de los contenidos informativos. Ello podría explicarse, por una parte, en el hecho de que cada vez más decisiones se tomaban directamente en Monterrey o en la capital del país. Otra explicación posible estriba en la dificultad que padece cualquier institución de mediano o gran tamaño para consolidar sus prácticas, así como la calidad de las mismas.

Tal era el escenario en abril de 2008, cuando Juan Carlos Núñez asumió la defensoría del lector. Lo respaldaban su trayectoria periodística y su trabajo tanto en la gestión académica como en las aulas del ITESO. Había hecho estudios de posgrado en la Escuela de Periodismo que sostienen el diario *El País* y la Universidad Autónoma de Madrid, donde se familiarizó con el sentido del defensor del lector, así como con sus funciones potenciales. *El País* había instituido la figura desde 1985, cuando designó a Ismael López Muñoz para ocupar el cargo. Estableció los periodos de dos años que luego sirvieron de ejemplo para *Público* en Guadalajara. La estadía de Núñez en Madrid coincidió con el segundo periodo de Jesús de la Serna como ombudsman en el diario insignia del *Grupo Prisa*. Recuerda la enorme autoridad moral que tenía el defensor entre

quienes elaboraban el periódico español, ya reporteros, editores o directores. Era un personaje muy respetado por su trayectoria y su sapiencia, que contaba con una oficina en las instalaciones del diario.

Con las referencias del trabajo de Juan Pablo Rosell y de Jesús de la Serna, Juan Carlos Núñez intentó abrir “espacios de aprendizaje para todos los involucrados” en la creación y la circulación del periódico.⁵ Le resultaba estimulante la posibilidad de dialogar con los miembros de la redacción tanto como con los lectores que le hacían llegar sus comentarios. En esa lógica el periodismo no era cosa exclusiva de los periodistas: si un reportero cometía una imprecisión respecto a un tema astronómico y un lector la señalaba, Juan Carlos buscaba a un especialista en la materia. Para cuestiones de gramática consultaba con frecuencia al propio Rosell o a su esposa Cristina. La selección de las fotografías que publicaba el diario, la cobertura de algunos hechos noticiosos y sus implicaciones éticas eran reflexiones frecuentes en el espacio dominical del defensor, tal y como hicieran sus predecesores y sus sucesores. La columna con que se despidió del cargo fue un interesante compendio de datos razonados sobre su función. Refirió 330 casos atendidos y cerrados, 270 de los cuales fueron aludidos en su columna. En estos últimos concedió la razón al lector en 165 ocasiones (Núñez Bustillos, 2011: 3).

Un aspecto que restó institucionalidad a la figura ocurrió en la primavera de 2010, cuando se cumplió el ciclo consabido de dos años. La dirección del diario ralentizó el

5. Testimonio de Juan Carlos Núñez Bustillos, recabado el 29 de enero de 2014.

proceso de relevo sin mayor explicación, de manera que Juan Carlos fue el único ombudsman que permaneció en el cargo por tres años, hasta mayo de 2011.

EL DECLIVE

María Elena Hernández Ramírez, académica de la Universidad de Guadalajara y una de las voces más experimentadas en estudios sobre periodismo en la región, asumió la defensoría a partir del primer domingo de junio de 2011. En sus propios términos planteó que quiso ponerse a prueba: intentó aplicar su capacidad de análisis y su acervo teórico sobre los procesos de elaboración de la información en un espacio clave, un gozne entre los directivos, los periodistas y los lectores de la prensa escrita.⁶ María Elena encontró en la redacción de *Milenio Jalisco* un equipo de personas honestas, que respondían sus solicitudes con buena disposición y conciencia de sus propias limitaciones. También percibió una fuerte dosis de frustración por lo que ellos señalaban como la imposibilidad de revertir algunos problemas recurrentes: el personal del diario se había recortado drásticamente en los últimos años, y la lógica multiplataforma de la información multiplicaba el trabajo de quienes permanecían en la institución. Al exigir a los periodistas que sus notas se registraran por escrito, como cápsulas para radio o televisión, e incluso como mensajes de Twitter, se hacía difícil para ellos mantener el nivel de calidad en sus textos. Las erratas, las imprecisiones y las

6. Testimonio de María Elena Hernández Ramírez, recabado el 24 de febrero de 2014.

faltas de ortografía se volvieron más frecuentes en las páginas del periódico.

Un aspecto que llamó la atención de la nueva defensora fue la dificultad de los lectores para asimilar el nombre de *Milenio Jalisco*. Con una frecuencia mayor a la comprensible, quienes le escribían correos se referían al diario como *Público*. Una explicación romántica sugeriría cierta fidelidad de los lectores al proyecto original del diario, previo a su absorción por el consorcio regiomontano. Otra teoría, más pragmática, supondría que se trataba de mera inercia. En cualquier caso el dato era prenda de las dificultades que tenía *Milenio* para mantener el grado de satisfacción que sus lectores reportaban en años anteriores. Los mensajes a la defensora también menguaron, y no necesariamente porque el diario estuviera cometiendo menos errores en su redacción. Antes bien parecía que la práctica atravesaba una época de apatía que había contagiado a los lectores.

La institucionalidad del proyecto periodístico del consorcio en lo general, y de la figura del ombudsman en particular, podía medirse a través de otros indicadores no tan ligados a la práctica profesional. Un ejemplo de ello era la regularidad de las remuneraciones para los colaboradores externos del diario, defensor del lector incluido. Al respecto el estatuto había establecido en su numeral 4 que: “El defensor del lector procede a realizar sus funciones con independencia de las autoridades del periódico. Para asegurar su independencia de criterio se le remunera su trabajo, pero no es parte de la nómina del periódico y tampoco es su principal actividad profesional” (“Estatuto del ombudsman de *Público*”, 2002: numeral 4).

Con apego al estatuto todos los defensores que tuvieron los lectores de *Público* o de *Milenio Jalisco* cumplieron

con este requisito en su perfil, y ciertamente fueron remunerados. Ninguno de ellos era parte de la nómina regular. Antes bien, tenían su principal fuente de ingresos en otras actividades, primordialmente académicas. Pero la mayoría de los defensores reconocieron —a pregunta expresa— que recibían sus pagos con retrasos que a veces se prolongaban durante meses, situación que compartieron con varios columnistas y colaboradores externos. María Elena Hernández aprovechó el hecho de no manejar recibos de honorarios para proponer una práctica que podía reafirmar la autonomía del defensor: pedir pagos en especie en vez de efectivo. La dirección de *Milenio Jalisco* aceptó la propuesta, por lo que a partir de 2011 la remuneración al ombudsman se hacía a través de cortesías, vales de descuento en librerías, en restaurantes y similares. También fue la primera defensora que prefirió no ser ratificada al cabo de un año en el puesto. Por esa razón se abrió un nuevo proceso de relevo en junio de 2012.

Jorge del Pozo Marx, quien ya colaboraba con una columna en las páginas del diario, asumió el reto de velar por los intereses de los lectores. También con experiencia docente de varios años en la Univa, así como en la Universidad Enrique Díaz de León y el Centro Brandhome, Del Pozo recibió su nombramiento por un año sin posibilidad de ratificación. Fue una “decisión corporativa”, como aclaró en su última colaboración el 30 de junio de 2013 (Del Pozo Marx, 2013: 3). A lo largo de los 12 meses en que ejerció la función sintió un respeto total a su trabajo de parte de Jaime Barrera, director de la versión jalisciense de *Milenio*. Sin embargo, coincidió con sus antecesores en el sentido de que las redacciones de Monterrey y la ciudad de México desestimaban —cuando no ignoraban

veladamente— sus intentos por establecer comunicación.⁷ Llegado el momento del relevo, y ante la indefinición de las oficinas centrales del consorcio en la capital, Jorge del Pozo manifestó a Jaime Barrera su disponibilidad para continuar con la defensoría, incluso sin pago de por medio, pues disfrutaba la tarea y le parecía un ejercicio valioso que no podía clausurarse sin más. No obstante, la resolución sobre esa oferta también debía tomarse en la ciudad de México. Al respecto no ha habido una respuesta formal hasta la fecha.

CONSIDERACIONES FINALES

A decir del último ombudsman de *Milenio Jalisco*, la pérdida de esta figura fue un golpe sensible a la relación del diario con sus lectores. El consorcio había dejado ir uno de los rasgos que lo distinguían del resto de los medios en el país. Para no pocos tapatíos su presencia era determinante al optar por alguna de las alternativas de la prensa escrita local. Lo cierto es que haría falta un estudio más sistemático sobre el impacto real del trabajo del defensor del lector en los años en que existió. Por principio, para dimensionar su incidencia, debe recordarse que a lo sumo podía hacer recomendaciones a los reporteros, los editores y los directivos. Nadie tenía la obligación de acatar sus señalamientos. También es cierto que su desaparición coincide con la que José Luis Camacho denomina la crisis de las defensorías, si bien este académico de la UNAM las circunscribe a los medios públicos (Camacho, 2011: 16–18).

7. Testimonio de Jorge del Pozo Marx, recabado el 4 de febrero de 2014.

La paulatina incorporación de *Público* al consorcio regiomontano *Milenio* dio lugar a un irreversible proceso de despersonalización de las prácticas periodísticas. El fenómeno tuvo consecuencias que no se limitaron a las rutinas productivas en el seno de la redacción. Antes bien, enfriaron la relación con los lectores en la medida en que los contenidos —al uniformarse con los de otras ciudades— devinieron más planos y menos evocadores. Ese problema era materia del defensor del lector, aunque quienes abordaron el asunto encontraron oídos sordos en la dirección general del consorcio. Por lo anterior puede concluirse que el “Estatuto del *ombudsman* de *Público*” no tuvo efecto en *Milenio Jalisco*. Si el defensor era “la voz de los lectores y un vínculo entre estos y la dirección del diario”, entonces los lectores se quedaron mudos y sin posibilidades de interlocución con quienes toman las decisiones sobre lo que leen. El caso es lamentable toda vez que la aparición de un defensor de las audiencias en la estación de radio Noticias MVS invitaba a pensar que los medios privados empezaban a sensibilizarse respecto a esta figura. Antes bien, parece que solo algunos medios públicos están dispuestos a ampliar la retroalimentación con sus audiencias. Corresponde a estas demandar la presencia de un *ombudsman* en todos los medios que frecuentan, sean públicos o privados. De lo contrario las defensorías en México habrían sido un concepto más que una práctica; una moda que los ciudadanos habríamos dejado pasar, para conveniencia de empresas mediáticas mediocres y sin compromiso con la calidad de la información.

II. Libertad de expresión en Jalisco

La vulnerabilidad en un ambiente de cambio. Los ataques a los medios de comunicación en Jalisco durante 2013

LAURA NEFTALY LÓPEZ PÉREZ

Los espacios de opinión, el acceso a la información y las condiciones de trabajo periodístico fueron vulnerados por lo menos tres veces en 2013 en la zona metropolitana de Guadalajara. La compra masiva de una edición de *Reporte Índigo*, los ataques con granadas a las instalaciones del periódico *Mural*, y la cancelación abrupta del programa *Cosa Pública* en Radio Metrópoli ponen en evidencia la condición laboral de los periodistas, nuestro propio derecho de acceso a la información y la relación entre la sociedad jalisciense y los medios de comunicación.

Si bien los ataques a medios y periodistas forman parte de la agenda pública, algunos de estos apenas se difundieron en la prensa. Cabe resaltar el papel que las redes sociales cumplieron en la discusión de estos casos, como escenario importante para la divulgación, expresión y construcción de opiniones, así como de denuncia de los ataques y de las figuras que ponen en riesgo las condiciones necesarias para la libertad de expresión. La reconfiguración del paisaje mediático es una nueva característica del tratamiento de los ataques a los medios de comunicación y la vulneración de la libertad de expresión: es un refugio, una nueva forma de poder.

GRANADAS, TERROR Y ORIENTACIÓN EDITORIAL

Las explosiones de granadas irrumpieron en la madrugada del 17 de abril de 2013. Las instalaciones del periódico Mural se sacudieron con un estruendo de incredulidad ante un ataque tan violento y directo. No provocaron heridos, pero sí mucho miedo.

Quince minutos antes de las cuatro de la madrugada, en abril de 2013, dos personas arrojaron granadas a la sede de *Mural*, del Grupo Reforma. Su similar en Monterrey, *El Norte*, ha sufrido varios ataques como estos —el último en julio de 2012— pero es la primera vez que un hecho así ocurrió hacia *Mural*. Hubo algunos daños en la fachada y en el estacionamiento, donde se lanzaron las granadas, pero no hubo personas lesionadas. El periódico descartó que hubiese amenazas previas al diario o a los periodistas. La respuesta fue sorpresa e incredulidad ante un ataque físico tan directo a un medio de comunicación.

Cuatro meses después, el 24 de septiembre, las autoridades detuvieron a un grupo de delincuentes que aceptaron ser los responsables de los ataques. Las noticias y opiniones publicadas días o semanas antes del incidente no parecían tener nada en contra de esta célula delincuente. Ellos explicaron entonces que la publicación no había sido contra ellos, pero sí contra otro tipo de delincuentes, rivales. La intención era “mover el tapete”, “desestabilizar la plaza” o “calentar”. Después del ataque, gran parte de las noticias y editorial de *Mural* giró en torno a ese acontecimiento.

Luis Carlos Nájera, fiscal general, expresó que quizá los ataques a *Mural* se debieron a que el diario publicó

una nota que molestara a algún grupo delictivo, y ellos atacaron para generar conflicto: atacan al medio de comunicación para que este “presione a la autoridad para que atacaran al grupo que se había señalado en determinado momento”. Este tipo de mecanismos de reforzamiento del poder, buscan crear terror y una orientación editorial de lo que se dice. En casos como estos, uno de los mayores riesgos es la autocensura.

EL DINOSAURIO DETRÁS DEL TELÓN

En la madrugada, dos camionetas esperaban la salida de los periódicos. Eran camionetas grandes, para que cupieran todos los periódicos que se pudieran. Reporte Índigo se vio privado de la mitad de su edición. Las camionetas arrancaron, y con su paso iban quitando la máscara del que se decía un nuevo Partido Revolucionario Institucional (PRI).

El 15 de febrero de 2013, la mitad de la edición de *Reporte Índigo* no pudo venderse a sus lectores habituales. Los que sí pudieron comprarla, vieron en la portada una noticia sobre un conflicto de paternidad de Aristóteles Sandoval, que entonces era todavía gobernador electo. Los que no pudieron comprar la versión impresa, no solo se enteraron de la noticia por medio de las redes sociales y el sitio en Internet de *Reporte Índigo* sino también de las acciones que Aristóteles Sandoval y su equipo habían implementado al respecto.

Quedó de manifiesto con este hecho que el acceso a redes ya no deja lugar a las viejas maneras del PRI para censurar a los medios y decidir sobre qué es lo que puede informarse a la población. Fue un factor no calculado

por el gobernador y su equipo, que además realizó toda su campaña con la promoción de una nueva imagen del PRI: que sería más transparente, que sería más amigable y que la corrupción y represión que caracterizó a los más de 70 años anteriores ya se había dejado atrás. El nuevo PRI, después de tres sexenios de gobierno panista en Jalisco, dejaba ver su verdadera y no tan nueva cara poco tiempo antes de entrar definitivamente a la gubernatura.

Las relaciones de los ejecutores del boicot a *Reporte Índigo* con el que fuera gobernador electo son comprobables. En una investigación realizada al respecto por el propio *Reporte Índigo*, se encontró que uno de los autores de la compra masiva de periódicos estaba registrado como empleado del Ayuntamiento de Guadalajara: la camioneta en que conducía llegó a una casa en la colonia Vallarta San Jorge, en donde vive Jesús Murillo Vargas, que estuvo en la nómina del Ayuntamiento de Guadalajara bajo el área de “Secretaría de Justicia Municipal”.

Esta fue entonces la estrategia de Aristóteles, que durante sus tres años de alcaldía en Guadalajara intercambió 270’000,000 de pesos por cobertura positiva en los medios de comunicación, con lo que puso en riesgo la libertad de expresión de los medios, como lo denunció un grupo de 39 periodistas de la zona metropolitana de Guadalajara en 2012. Desde antes de iniciar su gubernatura, Aristóteles Sandoval ha dejado entrever cómo será su sexenio.

EL TRABAJO PERIODÍSTICO Y LOS ESPACIOS DE ANÁLISIS POLÍTICO TAMBIÉN SON COSA PÚBLICA

Los micrófonos de las dos de la tarde no recibieron las voces de siempre. Los radioescuchas confirmaron que

estaban en la misma estación. Algunas voces no llegaron a muchos oídos. Si había una sensación de solidez, se resquebrajó con un soplo.

El cierre repentino y abrupto de un programa de radio en el que se privilegia la opinión pública pone de relieve las condiciones bajo las cuales laboran los periodistas. *Cosa Pública*, durante ocho años, estuvo al aire en Radio Metrópoli, y el lunes 19 de agosto de 2013 salió de manera inesperada de la programación, sin mayor explicación para la audiencia ni para los mismos conductores. Uno de los locutores, Rubén Martín, explicó por medio de su *blog* que la escasa explicación que habían recibido de Radio Metrópoli, era que no había recursos suficientes para seguir con el programa. ¿Para qué sí hay, entonces, recursos?

Poco menos de dos meses después, también en Radio Metrópoli, el 11 de octubre de 2013, se despidió inesperadamente a Laura Castro, conductora de los programas *Forma y Fondo* y *Buenas noches metrópoli*, en el que también se realizaba discusión y análisis político. ¿Qué está pasando en Radio Metrópoli? ¿Por qué han ido cancelando, de manera tan tajante, programas o actores que favorecían la pluralidad de voces? La explicación del medio sobre la falta de recursos no resulta convincente, pues después de la salida de estos periodistas, sus lugares en la parrilla de programación han sido sustituidos por noticiarios de formato similar.

Para el caso de *Cosa Pública*, unas semanas después, el programa vuelve al aire, esta vez en Radio Universidad con el nombre de *Cosa Pública 2.0*. Más allá de las razones de la cancelación de los programas, es importante analizar cuáles son las prioridades en el contenido de los medios de comunicación —¿por qué se suprime un espacio de opi-

nión política?—, y cuál es el papel de los periodistas en la comunicación y discusión de los temas políticos.

PRECARIEDAD LABORAL DE LOS PERIODISTAS, UN ASUNTO VIEJO

Una característica común de los casos anteriormente descritos, es que son situaciones en las que se hace evidente la falta de seguridad laboral de los profesionales de la comunicación: ya sea por medio de la instauración del miedo, de la censura de su trabajo o del despido injustificado —contra el cual no tienen gran defensa.

Si bien no es algo exclusivo de la profesión periodística, la inestabilidad laboral, la precarización del trabajo, no es algo nuevo para los periodistas. “Es algo que nace con la profesión misma”, dice Christopher Estrada, profesor del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). “En Jalisco, a partir de los años 2000, las empresas periodísticas tienen una transformación drástica en su composición y se abren a iniciativas empresariales nacionales. Esto es un empobrecimiento de la oferta local de noticias. La planta de periodistas se ha adelgazado de manera intempestiva, pero no ha derivado en la adopción de medidas compensatorias. El despido es muy barato y fácil”, señala.

Quizá pensar hoy en día sobre un trabajo de por vida con una pensión asegurada es una utopía; las mismas condiciones de la sociedad van cambiando esto. Pero el énfasis en el caso del periodismo se debe a que su labor se relaciona con la formación de la discusión política pública; su trabajo puede afectar los intereses de algunos. Su maltrato es algo que nos debe importar como sociedad.

Todas estas formas de ataques contra los medios de comunicación son, a la vez, atentados contra la libertad de expresión, pues el comunicador se limita por la amenaza de un despido injustificado, una agresión física o la censura del gobierno. Esto se vuelve un peligro también para el ejercicio democrático, como lo expresa la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión de la Organización de Estados Americanos (OEA): “la consolidación y el desarrollo de la democracia depende de la existencia de la libertad de expresión [...] cuando se obstaculiza el libre debate de ideas y opiniones se limita la libertad de expresión, y el efectivo desarrollo del proceso democrático”.

El ataque físico directo a medios de comunicación, como fue el caso de las granadas con las que fue atacado *Mural*, es una muestra de la vulnerabilidad a la que se pueden enfrentar. Aquí no solo se arriesgan los mismos periodistas sino que por medio del miedo se limita la libertad de expresión. El miedo puede conducir a la autocensura, al cambio de línea editorial.

Los medios de comunicación tienen el poder de incidir sobre la opinión de las personas, tienen el poder de hacer visibles los hechos de las organizaciones criminales y, en un contexto social de violencia e inseguridad, quedan expuestos ante situaciones como las que se vivieron en abril, en las instalaciones de *Mural*.

Sobre la pérdida de certezas laborales, el caso de *Cosa Pública* y de Laura Castro es solo uno más. Christopher Estrada opina que este caso gana reconocimiento porque la figura de los conductores es reconocida, porque son periodistas “valientes” que dan voz a visiones alternativas de la política, y discuten sobre esto abiertamente.

La defensa de los periodistas en el contexto tapatío es compleja y difícil: “La sindicalización es sumamente fragmentada y utilitarista, aquí en el estado [...] complejiza mucho el panorama laboral del periodista local”, dice Estrada. Agrega que no ha habido una organización de los periodistas que permita crear contrapesos a las condiciones a las que se enfrentan. La radicalización de las condiciones vulnerables de esta profesión no se ha traducido en acciones que ayuden a contrarrestarlas.

La decisión de Radio Metrópoli —o de cualquier otro medio de comunicación— de sustituir los programas de opinión no es una decisión aislada. Cabe aquí pensar también qué es lo que se prioriza en la sociedad, qué preferimos como ciudadanos en cuanto a los medios de comunicación, qué importancia le damos a la discusión sobre política.

Por otra parte, la agresión que sufrió *Reporte Índigo* se resolvió de manera diferente a los otros dos, porque el posible acto de censura no se completó como tradicionalmente hubiera sido: las características de la *web 2.0* y las redes sociales jugaron un papel central, y forman parte importante del nuevo escenario mediático, que agrega nodos a las anteriores relaciones verticales de poder y ayuda a desdibujar la figura del otro autoritario.

La anterior columna de poder se transforma ahora en una telaraña, en la que no hay nodos centrales. Esto contribuyó a que la censura a *Reporte Índigo* no se viera completada como pudiera haber sido antes, además de que permitió que más personas conocieran el caso y opinaran al respecto.

Aunque los ciudadanos tenemos nuevas maneras de hacer frente a los abusos de poder, las agresiones que los

medios sufrieron en 2013 en la zona metropolitana de Guadalajara siguen siendo preocupantes. Como ciudadanos tenemos más poder de denunciar los abusos, pero seguimos enfrentándonos a decisiones autoritarias, a contextos de inseguridad y a condiciones laborales que tienen poca certeza frente a una lógica mercantil, de mayor producción al menor costo.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN FRENTE A UN ESTADO PASIVO Y UNA LÓGICA MERCANTIL

Las agresiones a los medios de comunicación y a los comunicadores sociales, incluyendo la destrucción de su material, es una violación a los derechos fundamentales de las personas, y pone en peligro la libertad de expresión, como lo explica la Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos.

Cuando el derecho de expresión sufre un ataque, el estado debería tomar parte en la acción para la resolución. Sin embargo, como fue en el caso de *Reporte Índigo*, el mismo gobierno puede ser la fuente de las agresiones a la libertad de los medios de comunicación. Esto, o bien la inactividad, omisión o falta de voluntad del estado, provoca no solo un atentado contra la libertad de expresión sino contra todos los derechos fundamentales. Este tipo de derechos, como lo explica Alejandro Orozco y Villa en su libro *Los límites a la libertad de expresión en México*, son los derechos positivos, inalienables y universales, necesarios para la vida digna de las personas y el desarrollo de las sociedades democráticas.

La seguridad laboral, no solo de los periodistas, es un factor que también, hasta cierto punto, es determinado por el gobierno y las políticas públicas. La falta de esta seguridad, que el caso de la cancelación de *Cosa Pública* y de Laura Castro ha puesto de relieve, habla del poco involucramiento del estado en tratar de garantizar la seguridad laboral para la libertad de expresión y, por tanto, favorecer los derechos fundamentales de las personas y de la democracia (como mencionaba Christopher Estrada, la contratación es inestable y el despido es fácil).

Pero el gobierno no está aislado: la falta de interés por favorecer estos derechos es un reflejo también de la sociedad en la que vivimos. La falta de importancia que la población le da a la participación ciudadana se traduce en falta de políticas públicas que favorezcan esta participación, lo que se vuelve un círculo vicioso. Como muestra, de acuerdo con el informe 2012 del Observatorio Jalisco *Cómo Vamos*, 54% de los ciudadanos tiene poco o ningún interés en la política.

Cabe mencionar que sobre la cancelación del programa *Cosa Pública*, apenas hubo mención en la prensa (solo unas cuantas notas en prensa digital). Hoy todavía quedan espacios vacíos, cajas negras, cuando de visibilizar y defender los medios de comunicación se trata.

Idealmente, los periodistas deberían responder a los intereses de la ciudadanía. No es fácil determinar dónde comienzan los intereses de los ciudadanos y dónde intervienen los requerimientos de la construcción mediática de lo que acontece. En el ejercicio de discusión pública se conjugan todos estos elementos y otros como los intereses de los mismos medios o poderes fácticos, las prácticas de

los ciudadanos para opinar e informarse, etc. Todas estas contraposiciones se dan en una relación similar al huevo y la gallina.

La radio hablada ayuda a abordar las demandas y necesidades de los ciudadanos, ofrece espacios para el debate y la circulación de ideas. Sin embargo, cuando estas ambiciones se conjugan con las de los medios, que al fin y al cabo siguen siendo empresas, se da una lucha de intereses en la que muchas veces triunfa la búsqueda de ganancias monetarias —según lo que explicó, no oficialmente, Radio Metrópoli por la cancelación de los programas.

Los periodistas Rubén Martín, Jesús Estrada y Laura Castro representan un caso especial porque había ganado credibilidad por medio de la apertura de los micrófonos a la ciudadanía. La cancelación abrupta de los noticiarios levanta sospechas sobre las causas: quizá la forma de editorializar los temas molestó a alguien con poder sobre el medio.

Todos estos factores —una sociedad en contexto de violencia, la inseguridad laboral y las decisiones autoritarias del gobierno— se traducen en las características del tipo de periodismo que se produce, como dice Christopher Estrada: “los espacios de opinión y de deliberación crítica del asunto social, político y cultural de una localidad, son indicador de la calidad de periodismo que se acuña”. Retomar casos como los que han ocurrido en 2013 “nos exige preguntarnos por la autonomía periodística que se puede llegar a lograr en un mercado de ese tipo, en el que el espacio de opinión se vende”, añade.

Pero junto con estas características del gobierno y del mercado se encuentra una nueva característica de la socie-

dad y los medios de comunicación: el acceso creciente a redes sociales. Como se mencionó antes, esto ayuda a distribuir el poder que antes se concentraba en pocos nodos.

Los ciudadanos pueden expresar sus opiniones más directamente hacia los medios o actores políticos, y ser tomados en cuenta —en un caso ideal. La comunicación deja de ser unidireccional. Las personas pueden pronunciarse sobre los ataques a los medios de comunicación. Las figuras de actores con poder (estado, dueños de los medios, organizaciones criminales), que antes se veían como autoritarios y lejanos, se vuelven cercanas y fáciles de denunciar.

Christopher Estrada interpreta que “la relación periodismo–tecnología es sustancial al ejercicio periodístico como lo conocemos”. Es decir, las características del nuevo escenario mediático son apropiadas por el periodismo, se vuelven parte de su ejercicio, una nueva herramienta para hacer uso de la libertad de expresión.

Como lo explica la Comisión Nacional de Derechos Humanos en México, a 20 años de la proclamación del Día Mundial de la Libertad de Prensa, la revolución digital en la Internet, el surgimiento de nuevas vías de comunicación y la creciente popularidad de las redes sociales, han reconfigurado el horizonte de los medios de comunicación, y brinda de nuevas herramientas y poder a los medios y comunicadores.

Sin embargo, esta reconfiguración del ejercicio periodístico y reestructuración del modelo de la industria de noticias puede representar —y en muchos casos ha representado— mayor inestabilidad laboral para los periodistas y para las propias empresas de medios, como lo explica

Rogelio Hernández López, miembro de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI).

Es un escenario de cambio. No podemos negar que, a diferencia de hace algunos años, tenemos como sociedad muchas más herramientas para defender la autonomía de los medios de comunicación. Esto debe ayudar a no olvidar que la vulnerabilidad sigue presente, que el dinosaurio todavía está ahí.

Violaciones de la libertad de expresión de periodistas y trabajadores de los medios en Jalisco, 1995–2013

FRIDA V. RODELO*

Ante las lamentablemente numerosas noticias de casos de violación de la libertad de expresión de periodistas mexicanos en los últimos años, se ha propuesto que el registro y documentación sistemáticos de los casos de agravios a este derecho es una herramienta indispensable para la prevención de este fenómeno. En este texto presentaré los resultados del análisis de los registros documentales existentes sobre casos de violaciones de la libertad de expresión de periodistas y trabajadores de los medios ocurridos en el estado de Jalisco entre 1995 y 2013.

REGISTRAR LAS VIOLACIONES DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN, ¿POR QUÉ?

Empecemos por apelar al papel del periodismo dentro de la sociedad: el periodismo es una actividad profesional que consiste en dar a conocer información de interés para la sociedad con un lenguaje y formato entendibles. Tal

*/ Agradezco los comentarios y sugerencias de Joel Castillo, Sandra Martínez, Jade Ramírez, Carlos Servín, así como a quien revisó anónimamente este texto para su publicación.

información periodística —las noticias, los reportajes, los editoriales, etc.— es necesaria para que los ciudadanos se enteren y formen opiniones acerca de acontecimientos, asuntos y temas de interés público. Como tal, el trabajo periodístico no debe ser inhibido, pues desempeña un papel esencial para la vida cotidiana en las sociedades democráticas.

Precisamente por las peculiaridades de su profesión —la cual consiste principalmente en las actividades de buscar, acceder, procesar y divulgar información, todas estas definitorias de lo que conocemos como derecho a la libertad de expresión—, los periodistas y trabajadores de los medios se encuentran en riesgo de ver directamente afectado su derecho a la libertad de expresión (Human Rights Committee, 2011: párrafo 23). Más aún, los agravios contra este derecho inhiben el libre ejercicio del periodismo al causar en periodistas y trabajadores de los medios autocensura (abstenerse de investigar, escribir y publicar reportes sobre temas de interés), miedo de ser víctima de violencia, estrés, preocupación y ansiedad. Finalmente, hay que resaltar que al inhibirse la libertad de expresión de los periodistas y trabajadores de los medios se vulnera tanto el derecho individual de estos como el derecho del público de acceder a información y a ideas. La razón de lo anterior es que al vulnerar el derecho del periodista se nos priva a todos, como se mencionó anteriormente, de información necesaria para formar opiniones, con las que potencialmente podría mejorarse nuestra vida en sociedad.

Una herramienta del trabajo de abogacía del derecho a la libertad de expresión es el mantener un registro confia-

ble y sistemático de cada uno de los casos de violaciones contra la libertad de expresión, en particular de los casos categorizados como graves, entre los que encontramos el asesinato, secuestro, detenciones y violencia física contra trabajadores de los medios. A través de tal registro se evita que los casos de violación contra la libertad de expresión de trabajadores de los medios y periodistas no se denuncien ni se den a conocer a la comunidad. Una consecuencia de la falta de información sobre los casos de violaciones de libertad de expresión es que los responsables o agresores permanecen sin obstáculos ni señales que eviten que continúen practicando estas afectaciones (Article 19 y CENCOS, 2008). Asimismo, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos estipula claramente que el estado debe ejercer medidas efectivas para proteger a aquellos que ejercitan su libertad de expresión de ataques que lleven como objetivos silenciarlos (Human Rights Committee, 2011: párrafo 23). Por su parte, la reforma de 2011 al artículo 1 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos especifica que todas las personas tendrán los derechos reconocidos en la carta magna y en los tratados internacionales ratificados por México, y obliga a las autoridades a *promover, respetar, proteger y garantizar* estos derechos.

En cuanto a nuestro estado, Jalisco es la entidad sede de la segunda zona metropolitana más poblada del país. Tal aglomeración ha atraído la presencia de una cantidad importante de medios de comunicación, los cuales ven en la metrópolis una oportunidad para captar a numerosas audiencias: en el estado operan 15 publicaciones informativas

impresas de periodicidad diaria¹ (12 de estas con sede en la zona metropolitana) y, de acuerdo con datos del Instituto Federal de Telecomunicaciones (<http://itf.org.mx>), se transmite audio en 111 frecuencias de amplitud modulada y frecuencia modulada (muchas de estas *combo*, es decir, señales replicadas o espejo) y video a través de 21 canales de televisión, algunos de ellos replicados en señales de televisión digital terrestre. Frente a los demás estados, Jalisco es la entidad número tres en cuanto al tamaño de la circulación absoluta de ejemplares pagados de sus periódicos diarios, con un volumen de 249,768 ejemplares diarios, de acuerdo con datos del Padrón Nacional de Medios Impresos de la Secretaría de Gobernación (García Rubio, 2013). También existen numerosas páginas *web* de publicaciones impresas e incluso portales informativos publicados exclusivamente para la *web*.

Lo anterior nos da una idea del tamaño e importancia del campo periodístico en Jalisco; sin embargo, ignoramos el número de periodistas y trabajadores de los medios en el estado. Lo que sabemos es que, al igual que en el resto de las entidades federativas del país, los periodistas y trabajadores de los medios jaliscienses están expuestos cada día a sufrir agresiones y otras afectaciones a su derecho a la libertad de expresión por motivo de realizar su trabajo.

Por las razones anteriores, consideré pertinente plantear las siguientes preguntas sobre el caso de Jalisco: ¿qué sabemos sobre los casos de violación de la libertad de

1. En orden alfabético son: *AM el Periódico de Lagos*, *Diario Regional de Zapotlán*, *El Heraldo de Nayarit*, *El Informador Diario Independiente*, *El Occidental*, *El Sol de Guadalajara*, *El Tren*, *Esto de Jalisco*, *La Jornada Jalisco*, *La Prensa de Jalisco*, *Metro*, *Milenio Diario Jalisco*, *Mural Expresión de Jalisco*, *Publimetro Guadalajara* y *Vallarta Opina*.

expresión contra trabajadores de los medios y periodistas de Jalisco? ¿es posible observar tendencias a partir de los casos de violaciones de los que tenemos noticias en Jalisco? ¿qué hace falta indagar? ¿sobre qué nos hace falta información?

MÉTODO

Es indispensable definir los conceptos más importantes de este trabajo. En este último tenor, resultó de suma utilidad el *Protocolo para el registro, documentación y seguimiento de agresiones a periodistas* preparado por la Campaña Permanente de Protección a Periodistas en México (Article 19 y CENCOS, 2008). La unidad de análisis en este trabajo son los periodistas y trabajadores de los medios afectados en su derecho a la libertad de expresión. Me limito a los casos en los que los trabajadores de los medios y periodistas afectados se encontraban dentro del estado de Jalisco al momento del incidente violatorio, sin importar los lugares de origen del periodista y su medio de comunicación.

Entiendo como periodistas a las personas dedicadas a “recabar, generar, difundir o proveer información” (Article 19 y CENCOS, 2008: 18) y como trabajador de medio a las personas que forman parte de la estructura de las organizaciones de un medio de comunicación.

La violación de la libertad de expresión consiste en “toda acción u omisión por parte del Estado o actor no estatal que interfiere de manera directa o indirecta en la libre circulación de ideas, opiniones o informaciones” (Article 19 y CENCOS, 2008: 11). La violación de la libertad de expresión de quienes ejercen la libertad de prensa es “toda agresión física, psicológica o de cualquier otra

índole, sin importar su origen, en contra de una persona debido a las opiniones o información que se ha publicado o planea publicar en un medio de comunicación” (Article 19 y CENCOS, 2008: 11).

A partir del protocolo mencionado, consideraremos la siguiente tipología de afectaciones de la libertad de expresión de trabajadores y periodistas presumiblemente por motivo de su trabajo:

- Homicidio: privación de la vida.
- Amenazas: anunciar una intención de causar daño, ya sea en persona, honor, prestigio, bienes o derechos del sujeto amenazado, o en persona, honor, prestigio, bienes o derechos de familiares del sujeto.²
- Privación ilegal de la libertad, secuestro y desaparición forzada: la primera se refiere a la retención de una persona contra su voluntad; la segunda a la retención de una persona contra su voluntad y con intención de daño o cobro de rescate, y la tercera a la privación de la libertad obra de servidores públicos o de personas con el apoyo o autorización de servidores públicos, así como a la acción que provoque que se desconozca el paradero de alguien.³
- Detención arbitraria: detener un policía a una persona para intimidarla, provocarle daño o perjuicio patrimonial.⁴

2. Tiene su correspondiente en el artículo 188 del Código Penal para el Estado Libre y Soberano del Estado de Jalisco.

3. Tiene su correspondiente en el artículo 154 del Código Penal para el Estado Libre y Soberano del Estado de Jalisco, modificado mediante reforma publicada el 15 de octubre de 2013 en el *Periódico Oficial del Estado de Jalisco*.

4. Tiene su correspondiente en el artículo 189 del Código Penal para el Estado Libre y Soberano del Estado de Jalisco.

- Agresión física, robo o daño en cosas: golpes y lesiones a persona; robo o daño en instrumentos de trabajo.
- Intimidación o presión con el propósito de influir en el trabajo periodístico de la persona. Puede presentarse en las formas de despido injustificado del periodista, impedimento informativo (obstaculizar el acceso a la información, tal como cuando se niega a un periodista acceso a ruedas de prensa), presión económica (tal como cuando los gobiernos usan discrecionalmente la compra de publicidad para premiar o castigar a los medios), cierre de medios porque sus contenidos incomodan a alguien, compra masiva de ejemplares y otras (Article 19 y CENCOS, 2008: 14).

El protocolo también incluye como posible violación los casos en que se usan las figuras jurídicas de difamación, calumnia e injuria para criminalizar a los periodistas por motivo de su trabajo. A este respecto hacemos notar que los artículos referentes a los tres delitos mencionados fueron retirados del Código Penal para el Estado Libre y Soberano de Jalisco.⁵

Por otra parte, aún con tal derogación es posible fincar otras responsabilidades jurídicas a los periodistas y trabajadores de los medios por motivo de su profesión. Por ejemplo, entre 2011 y 2013 estuvo vigente una disposición que fincaba responsabilidad penal a quien difundiera

5. En decreto 21917/LVIII/07, publicado en el *Periódico Oficial del Estado de Jalisco* el 23 de octubre de 2007.

“pública y dolosamente” información clasificada como reservada.⁶

Este capítulo se basa en fuentes secundarias. Con el objetivo de conocer los antecedentes de casos, se consultaron más de 120 documentos publicados por las siguientes organizaciones e instituciones: Centro de Justicia para la Paz y el Desarrollo (CEPAD), Comisión Estatal de Derechos Humanos de Jalisco, Committee to Protect Journalists, *El Informador*, Fundación Manuel Buendía, *Milenio Jalisco*, *Mural*, Notisistema, Q ITESO: Análisis Crítico de Medios, *Proyecto Diez*, *Siglo 21*, sitio web *Crónica de Sociales*, Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), entre otras. Los datos sobre violaciones de este derecho ocurridas en Jalisco antes de 1995 son escasos; los posteriores a ese año se retomaron de los recuentos de daños publicados cada año durante el periodo 1998–2008 por la Unidad de Libertad de Expresión de la Fundación Manuel Buendía y de las demás fuentes mencionadas.

En consideración con el principio ético de salvaguardar los intereses y el bienestar de los sujetos, no se mencionan en este trabajo los nombres de los trabajadores de los medios afectados en lo individual excepto en los casos de homicidio. Por otra parte, cuando se habla de violaciones

6. Adición del artículo 298 al Código Penal para el Estado Libre y Soberano de Jalisco mediante decreto 23936/LIX/11, vigente hasta agosto de 2013. Sobre este tema, el Comité de Derechos Humanos opina que “no es compatible con el párrafo 3 [del artículo 19 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, referente a libertad de expresión y derecho a la información] por ejemplo, invocar tales leyes [se refiere a provisiones referentes a seguridad nacional] para suprimir o reservar del público información de legítimo interés público que no daña la seguridad nacional o procesar a periodistas, investigadores, activistas ambientales, defensores de derechos humanos u otros por haber difundido tal información” (Human Rights Committee, 2011: párrafo 30).

del derecho a la libertad de expresión es preciso enfatizar que nos referimos a *registros de caso*: es decir, no puede asumirse que conocemos todos los casos, pues es posible la existencia de sesgos en los registros así como de una “cifra negra” o cifra oculta de hechos de este tipo que jamás son denunciados ni ante las autoridades ni ante la opinión pública (a través de los propios medios de comunicación). En este sentido, la periodista Jade Ramírez ha comentado acerca de

[...] la ausencia de registro puntual de acontecimientos contra los periodistas y medios de comunicación que se dan en nuestro estado. El subregistro persiste como arma blanca con la que autoatentamos contra nuestro gremio. Si bien se presentan algunas denuncias o presenciemos incluso actos de ataque u hostigamiento, no existe aparato ni oficial ni alternativo, que vaya documentando puntualmente lo que les sucede (2012: 84).

Conviene añadir sobre este tema que a partir de la solicitud de información 396614, la Comisión Estatal de Derechos Humanos de Jalisco nos reportó la existencia de 152 quejas (32% de estas con denunciantes mujeres) por presuntas violaciones de derechos humanos de periodistas y trabajadores de los medios entre 1997 y 2013, es decir, 2.1 veces más registros que los documentados a partir de las fuentes secundarias. Sin embargo, resulta imposible determinar si cada uno de estos 152 casos se relaciona con la actividad periodística.

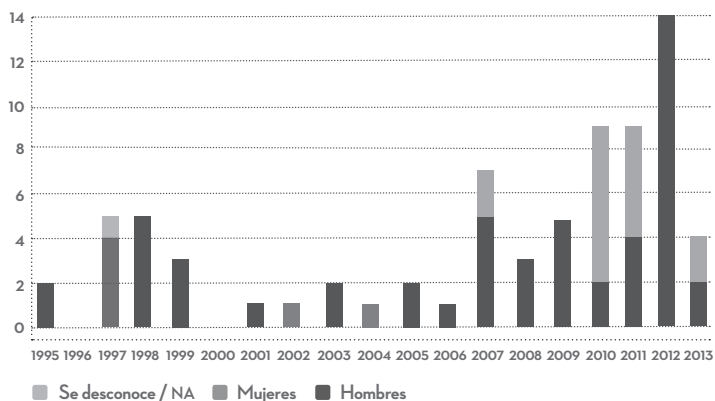
Además de cifra oculta encontramos la posibilidad de que existan sesgos sistemáticos en el registro de este tipo de hechos. Comunicación e Información de la

Mujer (CIMAC) ha comentado sobre la variable de sexo de la víctima, con referencia a la escasa cantidad de registros de casos de violencia contra periodistas de sexo femenino (CIMAC, 2011). Su informe cuestiona: “¿No están violentando a las mujeres o será que en la forma en que se está documentando se les está excluyendo?” (CIMAC, 2011: 15). La hipótesis a partir de la cual CIMAC (2011: 15) brinda un análisis enfocado en las violaciones de libertad de expresión de las periodistas mujeres es que estas enfrentan formas diferentes de violencia, que pueden ser difíciles de identificar y denunciar en entornos con actitudes androcéntricas. En las páginas siguientes se hablará acerca de cómo aparece esta variable dentro de los datos sobre hechos ocurridos en Jalisco así como de otros posibles sesgos en la documentación de violaciones de este derecho.

CASOS EN JALISCO DE ACUERDO CON REGISTROS DOCUMENTALES

Se recabaron datos de 71 casos en donde se afecta la libertad de expresión de un periodista o trabajador de los medios ocurridos entre 1995 y 2013 en el estado de Jalisco. La distribución de casos por año se ilustra en la gráfica 5.1. El promedio de casos registrados anualmente durante este periodo es de 3.7; si bien, como se aprecia en la gráfica, para los últimos años hay más registros. El año con más hechos violatorios es 2012, en el que el alcalde ordenó detener a 11 trabajadores por vocear las noticias en el municipio de Colotlán (Chávez, 2012), además de registrarse agresiones a dos reporteros y agresión física y detención a otro periodista en hechos diferentes.

GRÁFICA 5.1 CASOS CONOCIDOS DE TRABAJADORES DE LOS MEDIOS Y PERIODISTAS AFECTADOS EN SU LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN JALISCO, 1995-2013



Nota: los registros de 2013 que se marcan como "no aplicable" corresponden a un ataque a instalaciones y una compra masiva de ejemplares (son los únicos sucesos de este tipo en la base de datos). N = 71.
Fuente: elaboración propia a partir de referencias documentales (véase el apartado de "Método").

En cuanto al trabajo desempeñado por los sujetos afectados, se hizo la distinción entre tres categorías principales según su ocupación: reporteros o editores, fotorreporteros y otros trabajadores de los medios. La mayor parte de los afectados (76%) son reporteros, editores, locutores, directores del medio, fotorreporteros, camarógrafos o cartonistas. Los registros de otros tipos de trabajadores de los medios afectados representaron 21%. En cuanto a este último, en un incidente se agredió físicamente a tres repartidores de periódicos, mientras que en otro hecho (mencionado en párrafo anterior) se detuvo arbitrariamente a 11 voceadores.

En cuanto al sexo de las personas afectadas, la mayor parte de los afectados (77%) son personas del sexo mascu-

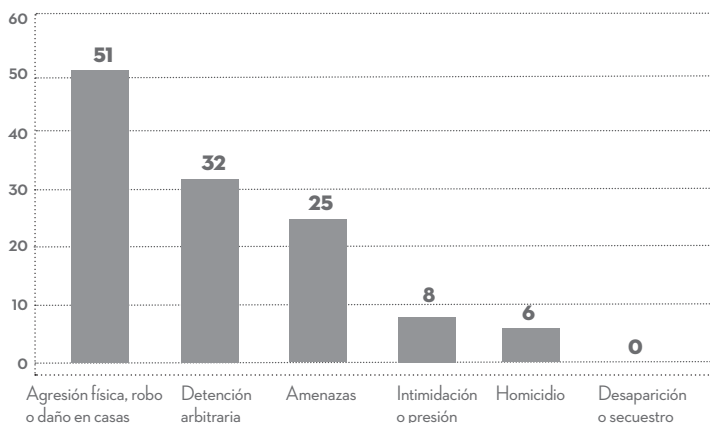
lino, mientras que 18% son mujeres y en 4% se desconoce o no aplica este dato por tratarse de afectaciones a colectivos. Es relevante notar cómo a partir de la fecha del primer registro de agresión a una reportera en 2002 se comienzan a tener más noticias de violaciones de la libertad de expresión de mujeres periodistas, sobre todo en 2010. Por ejemplo, en ese año, tras ser incomodado en una entrevista, un funcionario público dijo a una reportera “que se iría contra su esposito” (CIDH, 2011).

En cuanto al tipo de violación de la libertad de expresión, hice una distinción entre los siguientes tipos de violaciones: homicidio, amenazas, desaparición y secuestro, detención arbitraria, agresión física, robo o daño en cosas e intimidación o presión (véanse atrás las definiciones de cada categoría de violación del derecho de libertad de expresión).

La codificación permite identificar los tipos de afectación (véase la gráfica 5.2). Se consignan cuatro casos de homicidios de periodistas (6%): los de Demetrio Margarito Moreno Ramírez (1997),⁷ Philip True (1998), José Reyes Brambila (2005) y José Emilio Galindo Robles (2009). En cuanto a las demás categorías de hechos violatorios, encontramos que predomina enormemente el registro de agresiones físicas, robos o daños en las cosas (en 51% de los casos que conocemos hay afectación de este tipo). En 2012, por ejemplo, el familiar de un candidato a gobernador golpeó a dos fotorreporteros en el marco de una manifestación multitudinaria frente al Palacio de Gobierno en

7. Otras fuentes registran su nombre como “Margarito Morales Ramírez”.

GRÁFICA 5.2 CASOS CONOCIDOS DE VIOLACIONES DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN CONTRA PERIODISTAS Y TRABAJADORES DE LOS MEDIOS EN JALISCO POR TIPO, PORCENTAJE, 1995-2013



Nota: la suma de porcentajes excede cien porque hay incidentes donde se registra más de un tipo de violación (por ejemplo, amenazas junto con agresión física). N = 71.

Fuente: elaboración propia a partir de referencias documentales (véase el apartado de "Método").

Guadalajara. Poco antes, en 2010, seis periodistas fueron golpeados y rociados con gas pimienta sin importar la presencia de cámaras durante una manifestación pacífica en el municipio de La Huerta (Tenacatita) (CIDH, 2011: 38).

En seguida encontramos los casos de detenciones arbitrarias de periodistas (23 ocurrencias, en 32% de los casos) así como una cantidad importante de amenazas (18 ocurrencias, en 25% de los casos). Finalmente, se registran relativamente pocos casos de intimidación o presión en la actividad periodística (8%), posiblemente porque estos incidentes se consideran dentro de este campo profesional ya sea como un *gaje del oficio* (un riesgo asociado a la profesión que debe ser tolerado) o como de escasa

importancia como para ser denunciados o comentados públicamente.

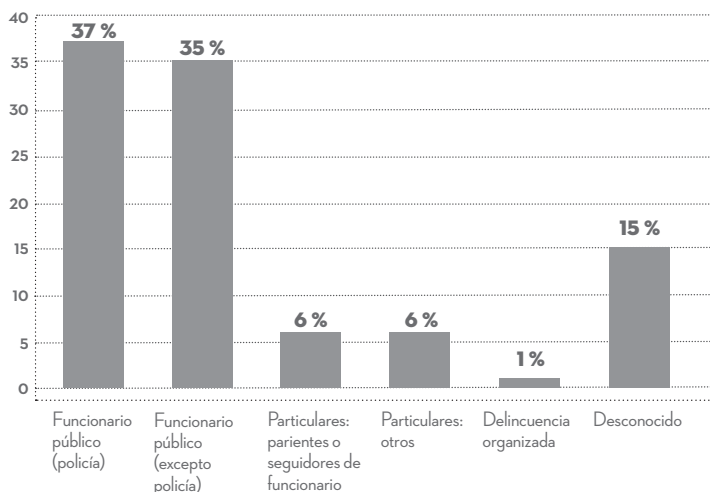
Un ejemplo reciente de amenaza a periodistas fue el hostigamiento repetido de un funcionario público del Gobierno del Estado de Jalisco a por lo menos seis periodistas. El caso es notorio por la cantidad de afectados y porque en su momento se presumió que los actos de amenaza a periodistas eran parte de las funciones cotidianas de este funcionario público (Raygoza Jáuregui, 2011). Sobre las detenciones arbitrarias, apenas en 2013 un reportero fue detenido por policías municipales durante varias horas en el municipio de Ixtlahuacán de los Membrillos después de tomar fotografías de una detención (“Policía arresta a reportero de Proyecto Diez...”, 2013).

En cuanto al lugar de los hechos violatorios, la mayor parte de las afectaciones (45%) ocurrieron en el municipio de Guadalajara y el resto (51%) en otros municipios del estado: Tepatitlán, Sayula, Lagos de Moreno, Ixtlahuacán de los Membrillos, Zapopan, Zapotlán el Grande, Cañadas de Obregón (Temacapulín), La Huerta, Tototlán, Cocula, Tomatlán y Ocotlán. Es preciso anotar que en algunos casos (4%) la fuente secundaria no consigna el lugar en que sucedieron los hechos violatorios.

En cuanto al sector de medios del trabajador afectado, la mayor parte de las afectaciones ha sido en contra de periodistas y trabajadores del sector de medios impresos (61%), pero, como podemos observar, también han sido afectados los periodistas de radio (18%), televisión (13%) y portales *web* (3%).

En cuanto al sujeto que propició la violación, categoricé los siguientes (véase la gráfica 5.3): funcionario público no policía; funcionario público policía; particulares fa-

GRÁFICA 5.3 AGRESOR O PROPICIADOR DE AFECTACIÓN A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN CONTRA PERIODISTAS Y TRABAJADORES DE LOS MEDIOS EN JALISCO EN CASOS CONOCIDOS, 1995-2013



Nota: la suma de porcentajes excede cien porque hay incidentes donde se registra más de un tipo de violación (por ejemplo, amenazas junto con agresión física). N = 71.

Fuente: elaboración propia a partir de referencias documentales (véase el apartado de "Método").

miliars / seguidores de funcionarios; particulares otros; delincuencia organizada, y desconocido. El resultado fue que, del total de incidentes en que se identificó a un agresor o responsable, en 35% de las ocasiones se señaló a funcionarios públicos no policías; en 37% se identificó a policías de diferentes agrupaciones; en 6% a particulares familiares o seguidores de funcionarios públicos; en 1% a la delincuencia organizada; en 6% a particulares otros, y en 15% no se señaló un responsable. Si agregamos los incidentes en que se señaló a funcionarios públicos (tanto policías como funcionarios con otras funciones), nos encontramos

con que en 72% de los incidentes están involucrados como responsables funcionarios públicos de diferentes niveles de gobierno, esto sin tomar en cuenta los incidentes en que es un familiar o seguidor del funcionario quien actúa. A partir de lo anterior, puede concluirse que los funcionarios públicos en sus diferentes niveles son los principales agresores de periodistas y trabajadores de los medios en el estado de Jalisco.

CONCLUSIONES

A partir de la revisión documental se analizaron registros procedentes de fuentes secundarias a partir de 1995. Los registros son típicamente sobre periodistas hombres (77%), agredidos físicamente o en sus cosas (51%), del sector de la prensa escrita (61%), en hechos donde el agresor o propiciador es funcionario público (72%) y en incidentes ocurridos en la zona metropolitana de Guadalajara (48%).

En cuanto a los perpetradores, es importante señalar que el porcentaje de casos en que se atribuye la responsabilidad a funcionarios públicos para Jalisco (72%) es por mucho superior al reportado para el país (59%) en el informe sobre agresiones a periodistas y trabajadores de los medios correspondiente a 2013 de la organización Article 19 (2014: 7). El dato inquieta por paradójico: como señalamos al inicio de este texto, los funcionarios públicos son los primeros obligados a promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos.

Del resto de los datos, se sigue que las agresiones contra mujeres periodistas, las ocurridas fuera de la zona metropolitana de Guadalajara (y, en general, fuera de Guadalajara), así como las afectaciones consistentes en amenazas

y presiones tienden a ser menos registradas. Sobre el sexo de los afectados, hay que añadir que el periodismo suele ser una profesión representada por hombres y mujeres por igual, por lo que desde el punto de vista estadístico se esperaría una distribución más equitativa de esta variable. Algo similar ocurre con los registros dentro y fuera de la zona metropolitana de Guadalajara. Parece por tanto necesario indagar más sobre estos tipos de casos e impulsar la denuncia de afectaciones con estas características.

Estos datos permiten observar que, si bien hay más registros en los últimos años, estos se encuentran bastante dispersos en diferentes fuentes secundarias, con lo que no puede asegurarse que en la actualidad haya más interés por documentar, denunciar o comentar públicamente las violaciones del derecho a la libertad de expresión. Y pueden haber varias razones para no hacerlo, no únicamente relacionadas con actitudes de los afectados sino también de las organizaciones de medios, que en muchas ocasiones parecen tener desinterés en informar sobre este tipo de incidentes, más aún si involucra a un trabajador que no labora para su empresa. Una anécdota que puede reforzar la idea anterior es que ante un incidente en 2012 que involucraba a un familiar de un candidato a gobernador varios comentaristas criticaron que el periódico donde trabajaba el periodista agredido no diera cobertura oportuna, completa y desaprobatoria del incidente (véanse De la Cueva, 2012; “Los correos del público”, 2012; CEPET, 2012; Robles, 2012). Este mismo caso dio pie a que también se comentaran públicamente las presiones sobre los periodistas para que reporten parcialmente sobre los candidatos a puestos de elección popular en el contexto de las campañas electorales. Una periodista señaló:

En especial en este contexto electoral, los partidos están ejerciendo una presión inusitada y que yo no lo había vivido pero me platican que sucedía en los años setenta y ochenta; sienten que tienen derecho de exigir a los reporteros hacer lo que ellos quieran porque pagan la publicidad. Mientras los periodistas sigamos entendiendo como *normal* esta línea que tienen distintos medios a favor o en contra de algún candidato o partido —con publicaciones o censuras— estamos poniéndonos solos el bozal. Y el día que alguno decida no verlo normal y hacerlo saber estará poniendo su vida en riesgo (Robles, 2012).

Solo resta comentar que aunque este es apenas un trabajo que intenta recuperar y analizar datos consignados en literatura secundaria, esperamos que represente un paso hacia la documentación sistemática de los agravios contra el ejercicio de la libertad de expresión de periodistas y trabajadores de los medios en Jalisco. Minimizado incluso por miembros del gremio periodístico, este tema merece atención y vigilancia constantes, pues los periodistas y trabajadores de los medios llevan a cabo una labor indispensable para lograr la libre difusión de información y opiniones que requiere una sociedad democrática.

***III. Derecho a la información,
comunicación y política***

La estrategia de comunicación del Gobierno del Estado de Jalisco

ANA VICENCIO HUERTA

Este capítulo presenta un breve recuento de los hechos que develan la estrategia de comunicación del gobierno de Jorge Aristóteles Sandoval Díaz iniciado en marzo de 2013. Las pistas de un nuevo modelo pueden seguirse desde su trienio como alcalde tapatío pero comenzaron a hacerse cada vez más notorias en los meses previos a las elecciones de 2012. Iniciada la administración se instituyó de manera clara la dinámica de relación entre el gobierno y los medios de comunicación: se invertirían grandes montos en publicidad a cambio de un trato noticioso favorable. A continuación se presentan las características, debilidades y consecuencias de la estrategia de comunicación del Gobierno del Estado.

EL REGRESO DEL VIEJO MODELO

Después de tres sexenios panistas el Partido Revolucionario Institucional (PRI) regresó a Casa Jalisco en un clima mediático diferente al que había dejado 18 años atrás: con relativa mayor libertad y crítica hacia a los gobiernos. Fuera por la fallida experiencia de Emilio González Márquez en atraer a los medios a su lado y, en cambio, convertirse en su burla o simplemente porque comprendió que “gobernar significa conducir, y el mecanismo más efectivo para conducir cualquier cosa es la comunicación y la retroalimenta-

ción” (Wiener, en Sánchez, 2005), el equipo de Aristóteles Sandoval optó desde el inicio por tomar medidas para convertir a los medios de comunicación en sus aliados.

Antes incluso de tomar posesión, durante el periodo electoral de 2012 ya se podían vislumbrar las intenciones de algunos allegados al ahora gobernador para que su aparición en medios fuera únicamente con una imagen favorable. El enojo de 39 periodistas jaliscienses que publicaron un desplegado a partir de que el suegro del gobernador agrediera a un fotógrafo de *Milenio Jalisco* o el de los periodistas anónimos en la voz de activistas de 15M acompañó en esos meses las denuncias de casos de intimidación, hostigamiento y autocensura.

La necesidad de control mediático volvió a ser visible apenas unos días antes de la toma de posesión con la compra masiva de periódicos para evitar que información que manchara el perfil personal del gobernador se difundiera, una práctica autoritaria al estilo del viejo PRI. En febrero de 2014 dos camionetas (una de ellas registrada a nombre de un empleado del Ayuntamiento de Guadalajara) compraron 50% de la edición número 208 de *Reporte Índigo* que publicaba en primera plana la historia de una mujer que reclamaba a Aristóteles Sandoval la paternidad de su hijo.

SOLO “BUENAS NOTICIAS”

La estrategia de Aristóteles Sandoval siguió desde campaña el ejemplo de Enrique Peña Nieto: la imagen a posicionar debía ser la del joven atractivo, sonriente y bien peinado; los mensajes debían invitar a la unidad, aludir al progreso y contagiar optimismo. Iniciada la adminis-

tracción la estrategia permeó de manera consistente todos los discursos en actos políticos, las entrevistas y los spots oficiales. El elemento central debía ser la propia figura del gobernador enmarcada en un discurso clave: el bienestar.

La Unidad de Dependencias Auxiliares, encabezada por Gonzalo Sánchez García, integra aquellas unidades que están al servicio del gobernador y lo auxilian en funciones de asesoría, coordinación, inteligencia, logística, administración, control y vigilancia, vinculación ciudadana y comunicación social.¹ Para esta última función existe la Dirección General de Comunicación Social que dirige Alberto Lamas Flores y está compuesta por las direcciones de Información, Producción y Comunicación Interinstitucional.

Entre sus estrategias, la Dirección de Comunicación Social lanzó una publicación mensual titulada *Buenas Noticias* con un tiraje de 500,000 de ejemplares para su distribución gratuita. Similar en estructura y diseño a un diario informativo intenta posicionar temas de la agenda de gobierno con especial énfasis en la bonanza en que vive el estado en todos los ámbitos: “Buen camino”, “Buenas condiciones”, “Jalisco destaca”, “Jalisco atrae” o “Jalisco se compromete” son parte de algunos de los titulares. Como su nombre lo dice, en esta publicación no se leen malas noticias.

La elección de políticas asistenciales acompañadas de una fuerte campaña publicitaria fueron los distintivos en el primer año de administración. Por tomar un ejemplo, en agosto de 2013 se gastaron más de 6’000,000 de pesos

1. Funciones especificadas en el artículo 48 de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco.

solo para promocionar el transporte gratuito para estudiantes en parabuses de Guadalajara y Zapopan.²

La toma de decisiones reactivas ante la opinión pública sugirió la importancia con la que era evaluado el impacto mediático en el cuarto de guerra del gobernador. La supresión del alza al transporte es un ejemplo icónico. Durante los dos primeros meses de 2014 Aristóteles Sandoval argumentó que nada podía hacer ante la exigencia de ciudadanos y activistas por regresar la tarifa del transporte a 6 pesos tras un aumento recién aprobado en diciembre de 2013. En marzo de 2014, después de la muerte de una estudiante arrollada por un camión y la subsecuente movilización indignada de distintos actores de peso político entre los que se encontraba la Universidad de Guadalajara, inmediatamente el gobernador, entonces sí, anunció el cese al alza hasta mejorar las condiciones del transporte.

DEL SISTEMA JALISCIENSE DE RADIO Y TELEVISIÓN A C7 JALISCO

La enorme estrategia de comunicación de Aristóteles cruzó a un terreno que no le pertenecía: el de un medio público. Desde la designación en marzo de 2013 como director general del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRTV) a Sergio Ramírez Robles, antiguo director

2. A través del cheque número 46599 se destinaron 6'236,160 de pesos a beneficio de Servicios Integrales de Chapultepec, SA de CV, según información del portal de transparencia de gastos de difusión en medios de la Secretaría de Planeación, Administración y Finanzas (SEPAF) [DE disponible en: <https://gobiernoenlinea.jalisco.gob.mx/comsocial/Comsocial?accion=7>, consultada el 23 de marzo de 2014].

de Comunicación Social de Gobierno de Puebla, ya podía perfilarse un interés en utilizar el Sistema como un ala de comunicación social del Gobierno del Estado.

Ramírez Robles dejó su cargo en la administración de Rafael Moreno Valle durante una polémica por presentar demandas civiles por daño moral contra dos periodistas que criticaron a funcionarios del Gobierno del Estado de Puebla. Por supuestos motivos de salud, Ramírez Robles dejó su cargo en 2013 pero fungió al poco tiempo, a su llegada al estado, como asesor del equipo de transición del gobernador para diseñar el modelo de comunicación gubernamental de su sexenio.

Su experiencia en el ramo de la comunicación y las telecomunicaciones era hasta el momento de su nombramiento prácticamente nula. Abogado de profesión y con un posgrado en Administración Pública y Ciencias Políticas llegaba con una trayectoria como funcionario público y vocero de distintas secretarías.

Una de sus primeras acciones fue transformar el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión en una multiplataforma que abarcara bajo el nombre de C7 Jalisco el canal de televisión y las dos estaciones de radio, lo que significó que se comenzaran a transmitir exactamente los mismos contenidos en dos formatos diferentes. Asimismo, la nueva administración realizó cambios a la barra de programación, especialmente a los segmentos informativos, y como suele suceder con cada cambio de partido en el poder modificó el color corporativo azul y verde por el rojo.

La inclinación a favorecer contenidos oficialistas no tardó en hacerse ver y con el uso de recursos públicos se priorizaron no solo la agenda y los logros del gobierno sino la propia figura del gobernador, en vez de garantizar el

pluralismo, la diversidad y la independencia editorial que permiten a los medios públicos ofrecer una mirada distinta a la oferta comercial. El nuevo director parecía ignorar que los medios públicos deben estar libres de cualquier intervención política en cuanto que son propiedad de la ciudadanía, no del gobierno.

Una investigación de análisis de contenido realizada por los alumnos de la clase Observatorio de la Comunicación II del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) durante el semestre de Primavera de 2014³ reveló que a partir de los cambios en la programación del SJRTV el 6 de mayo de 2013 los cinco actores que más se mencionaron en los noticieros fueron el gobernador, el presidente y tres alcaldes priistas.

Aristóteles Sandoval Díaz fue por mucho el personaje más mencionado. De las 72 menciones que obtuvo en las dos semanas que comprendió la muestra, 61% de las ocasiones se presentó a cuadro su imagen, 62% de las notas lo presentaron con un encuadre positivo mientras que solo 3% lo hicieron de manera negativa (el resto fueron neutras). Le siguieron Héctor Robles Peiro, con 27 menciones; Enrique Peña Nieto, con 23; Jorge Arana Arana, con 17, y Ramiro Hernández García, con 14.

Como cualquier nuevo empleado agradecido con el trabajo, Ramírez Robles comenzó a denostar a los opositores del gobierno de Aristóteles en su columna diaria trasmiti-

3. Investigación realizada por los alumnos Ana Sofía Ángel, Lesly Avilés, José Manuel Barajas, Deyanira Cervantes, Estefanía Collado, Miranda Contreras, Kharen Estrada, Priscila Flores, Scarlet Garibay, Julio González, Mariana Ochoa, Paola Ochoa, Lucía Obregón, Cristina Riesgo, Miguel Ángel Rodríguez, Eduardo Romero, Inés Toussaint, Liliane Tovar, Obed Van Dick y José Manuel Villaseñor.

da en los espacios de C7 noticias. Quienes se manifestaron, por ejemplo, contra la aprobación de la reforma energética frente al Congreso de Jalisco o ante el alza al transporte con el movimiento #PosMeSaltoGDL, fueron calificados por el director del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión como “violentos”, además de presentados con un tono que ridiculizaba y minimizaba el impacto de sus acciones (Ramírez, 2013a, 2013b y 2014).

LOS MEDIOS FAVORITOS

Durante 2013 todas las dependencias del Gobierno del Estado de Jalisco gastaron 195'650,000 pesos en difusión en medios, de los cuales 93% correspondieron a los gastos en promoción de la Unidad de Dependencias Auxiliares que, como se mencionó anteriormente, integra a la Dirección de Comunicación Social.

Utilizando únicamente la información publicada en el portal Transparencia de Gastos de Difusión en Medios de la Secretaría de Administración, Planeación y Finanzas, es posible bosquejar un listado de los medios que recibieron la tajada más grande del presupuesto de Comunicación Social con la limitación, por supuesto, a lo reportado oficialmente.⁴

Entre los diarios generalistas *El Informador*, con casi 7'000,000 de pesos en publicidad, fue el más favorecido. *Milenio* y *La Jornada* ocuparon un segundo lugar con cifras entre 3'000,000 y 4'000,000 de pesos y muy por debajo

4. El gasto 0.00 pesos en enero y en diciembre de 2013 hace pensar que la lista puede no ser exhaustiva.

de estos se ubicaron *Mural* y los pertenecientes a la Organización Editorial Mexicana que apenas sobrepasaron 1'000,000.

De los gratuitos, *Solo Ofertas* y *El Gratuito* con más de 5'000,000 fueron el conjunto que recibió el monto más alto mientras que *Publimetro*, mostrando de nuevo un desequilibrio grande en los montos de inversión, recibió apenas una quinta parte de los primeros.

Tres publicaciones de contenido político recibieron un generoso auspicio gubernamental de alrededor de 2'000,000 de pesos para cada uno: el semanario *Crítica* (una publicación con abierta filiación priista), el semanario *Conciencia Pública* y *El Respetable*, de publicación mensual. Llama la atención que a pesar de su periodicidad estos tienen una mayor inversión que publicaciones de impresión diaria, lo que podría sugerir un especial interés del equipo del gobernador por recibir un trato favorable en los contenidos consumidos por la clase política.

En la radio la distribución de los gastos para diferentes grupos fue poco más equitativa que en la prensa a excepción del monto destinado a Grupo Radiorama (relacionado con los nombres Contromedios, SA de CV, y Grupo DK, SA) que sumó durante todo el año un total de casi 6'000,000 de pesos por paquetes de campañas publicitarias y transmisión de spots radiofónicos.

En el caso de la televisión los montos resultaron mucho más onerosos. La transmisión de la toma de protesta y las campañas publicitarias “Bienestar”, la entrega de útiles y mochilas, el transporte gratuito a estudiantes o el informe de gobierno, sumaron en los canales de TV Azteca más de 25'000,000 de pesos y en Televisa apenas la mitad (esto,

CUADRO 6.1 PRINCIPALES GASTOS DE DIFUSIÓN EN MEDIOS DURANTE 2013 DE LA UNIDAD DE DEPENDENCIAS AUXILIARES

	Beneficiario	Medio	Monto
	Prensa		
1	Unión Editorialista, SA de CV	<i>El Informador</i>	\$6'901,116.50
2	Grupo Empresarial Ofertas, S de RL de CV	<i>El Gratuito / Solo Ofertas</i>	\$5'200,000.00
3	Página Tres, SA	<i>Milenio</i>	\$3'989,661.08
4	Editora de Medios de Michoacán, SA de CV	<i>La Jornada</i>	\$3'125,100.00
5	Publicaciones El Seri, SC	<i>Semanario Critica</i>	\$2'324,800.00
6	Editorial Tribuna Libre, SC	<i>Semanario Conciencia Pública</i>	\$1'898,474.00
7	Rumbo Publicaciones, SC	<i>El Respetable</i>	\$1'326,000.00
8	Ediciones del Norte, SA de CV	<i>Mural</i>	\$1'176,248.00
9	Publicaciones Metropolitanas SA de CV	<i>Publimetro</i>	\$1'147,588.00
10	Compañía Periodística del Sol de Guadalajara, SA de CV	Organización Editorial Mexicana	\$1'111,680.25
	Radio		
1	Contromedios, SA de CV / Grupo DK, SA	Radorama	\$5'968,481.00
2	Nueva Era Radio de Occidente, SA de CV	Mega Radio	\$3'783,355.50
3	Comercializadora de Servicios Imagen, SA de CV	Grupo Imagen	\$3'194,592.00
4	Promomedios de Occidente, SA de CV / Promomedios Jalisco, SA de CV	Promomedios	\$2'871,365.50
5	Radio Origen, SA de CV / Radio América de México	Grupo Fórmula	\$2'763,648.00
6	Activa del Centro, SA de CV	Unidifusión	\$2'281,615.75
7	Cadena Radiodifusora Mexicana, SA de CV	Televisa Radio	\$2'111,391.50
8	Stereorey México, SA	MVS Radio	\$1'657,964.88
9	Radio México Guadalajara, SA de CV	Grupo Radio México	\$1'252,800.00
10	Grupo Acir, SA de CV	Grupo ACIR	\$676,872.75

CUADRO 6.1 (CONTINUACIÓN)

	Beneficiario	Medio	Monto
	Televisión		
1	TV Azteca, SAB de CV	TV Azteca	\$25'695,652.00
2	Televisora de Occidente, SA de CV	Televisa Guadalajara	\$12'398,379.00
3	Quiero Media, SA de CV	Telecable y Canal 8	\$6'774,847.50
4	Operadora Multicable, SA de CV	(No identificado)	\$4'938,920.50
5	Telefonía por Cable, SA de CV	Megacable	\$3'654,575.50

tomando en cuenta que del monto de Televisa se destinaron casi 6'000,000 de pesos solo para la producción de Nuestra Belleza Jalisco).

La compra de espacios publicitarios como una forma de control mediático ha sido una de las acusaciones más duras a la administración de Aristóteles Sandoval. La imagen favorable y con una crítica ligera en muchos espacios periodísticos ha hecho pensar a especialistas como Eduardo González Velázquez (ITESM) (Covarrubias y Reza, 2014) que el Ejecutivo estatal sostiene mecanismos para limitar la libertad de expresión.

El favoritismo por la figura del gobernador se puede observar claramente en el caso de *La Jornada Jalisco*, publicación que además de dedicar gran número de portadas durante todo 2013 a Aristóteles Sandoval, preparó un suplemento especial para su primer informe de gobierno que tituló sin mucho recato “Un año cuesta arriba”. “Los cimientos están puestos” fue el título de la editorial, pero a pesar de que la publicación pretendió dar cierto equilibrio al señalar cinco logros y cinco tropiezos, el cierre del suplemento es digno de cualquier panfleto: “El primer año de gobierno de Aristóteles Sandoval Díaz se enfocó a sentar

las bases para enfrentar los desafíos de su gestión, busca dar prioridad a invertir en el desarrollo de las personas más que cumplir indicadores”, escribió la reportera de *La Jornada Jalisco*, Analy S. Nuño.

ABUNDANCIA VS AUSTERIDAD

Según el discurso inicial de la administración de Aristóteles Sandoval todo el Ejecutivo estatal se ajustaría a estrictas medidas de austeridad; sin embargo, pronto se hizo ver que las oficinas encargadas de los eventos y la comunicación social no estarían sometidas bajo el mismo régimen.

Acostumbrado desde campaña a los servicios de comunicación política de una de las agencias más poderosas del país, Heurística Comunicación, para ahorrar en gastos el gobernador prefirió prescindir del papel en sus oficinas antes de quien lo llevara al éxito, su compañera fiel siempre y cuando siguiera recibiendo su cheque mensual por 900,000 pesos.

Escatimar en publicidad pareció también ser un sacrificio por el que nadie apostaría. No se renunció a imprimir el logotipo del estado en los shorts del “Canelo” Álvarez que invitaría desde Las Vegas a visitar Jalisco por 2’500,000 pesos. No se renunció tampoco a anunciar la campaña “Bienestar” en cines con spots de 8’680,000 pesos.

La parafernalia en los eventos de Aristóteles Sandoval fue característica. Para su primer informe de gobierno, en febrero de 2014 se organizó el ejercicio de una glosa ciudadana con personalidades de la sociedad civil.

La imagen del que escucha humildemente a sus críticos fue opacada por los aires de triunfalismo de quien, sentado

en un trono flanqueado por dos banderas, recordaba que la figura más importante de su administración era la de él mismo.

C7 quedó comisionado de realizar por la Internet la transmisión del informe en vivo. Sin eximirse de fallas técnicas, la señal intermitente produjo suspicacia entre los usuarios de redes sociales cuando, durante la intervención de la exombudsman Guadalupe Morfín Otero, la transmisión fue cortada.

La estrategia para posicionar los *hashtags* #InformeAristóteles y #GlosaCiudadana como *trendig topic* nacionales costó 15,000 dólares (el equivalente a más de 200,000 pesos), gasto confirmado por el director de Comunicación Social, Gonzalo Sánchez, en su cuenta de Twitter. Mientras usuarios de las redes criticaron duramente el gasto en promoción, Sánchez salió a la defensiva. Aseguró que se trataba de un gasto “notablemente menor” al que podría haber costado una pauta nacional en medios tradicionales y que el uso de las redes sociales, capaces de marcar opinión pública, era indispensable en una estrategia de comunicación.

El Informador realizó una observación del uso del *hashtag* #InformeAristóteles y reveló que la mayor parte de los perfiles que lo utilizaron fueron de periodistas, medios de comunicación, políticos y personal del Gobierno del Estado, además de alrededor de diez cuentas de reciente apertura que publicaban exactamente los mismos *tuits* de apoyo al gobernador (De Loza, 2014). ¿Habría sido ese el *target* original de la estrategia? Probablemente no, sin embargo, ciertamente la inversión de 200,000 pesos parece una minúscula cantidad comparada con los 3'000,000 de pesos que la oficina de Comunicación Social gastó duran-

te 2013 para publicidad en la Internet a través de Google Adwords, Facebook y Youtube.

CONSECUENCIAS

La apuesta por un discurso optimista, de progreso y esperanza, pero con profundas contradicciones con la realidad que viven los jaliscienses, no logró enmascarar la creciente pobreza en el estado o la insatisfacción que generaron algunas políticas gubernamentales.

Según la Segunda Encuesta de Percepción Ciudadana sobre Calidad de Vida 2012 de Jalisco *Cómo Vamos*, Aristóteles Sandoval dejó la alcaldía de Guadalajara con 43% de aprobación de su gobierno, porcentaje que a la encuesta siguiente, levantada en noviembre de 2013, subió a 51% ahora como gobernador el estado de Jalisco.

A pesar de estas altas expectativas al inicio de su gestión, las encuestas del diario *Mural* reportaron que la popularidad del gobernador disminuyó más de 10 puntos de agosto de 2013 a enero de 2014. La caída de 65% a 54% en ese corto periodo pudo haber estado relacionada con una de las autorizaciones más impopulares que tomó su administración: el aumento a 7.00 pesos del transporte público a finales de 2013. El mismo estudio señaló que 43% de los encuestados consideraron tal medida un error.

Ni agencias de comunicación o campañas publicitarias pudieron equilibrar la percepción de una medida autoritaria. Congruencia, resultados y una planeación seria podrían haber sido estrategias más efectivas y económicas para una opinión pública favorable, pero con un gobierno que calcula sus acciones a partir de la respuesta mediática, ninguna inversión puede generar garantías.

Diálogos públicos: la discusión de una nueva ley de transparencia para Jalisco*

ALEJANDRA BALLESTEROS CASTELLANOS,
EDUARDO CARRILLO ARIAS, KENJI KISHI LEOPO
Y ALMA DELIA SÁNCHEZ CARBAJAL

Gran parte de la discusión sobre los asuntos públicos, entendidos como todos aquellos asuntos que atañen a las colectividades, se lleva a cabo en los medios de comunicación. El objetivo de este trabajo fue identificar y analizar a los actores y discursos que dominaron la discusión pública en diversos periódicos de Guadalajara, en torno a la transparencia y acceso a la información, particularmente sobre el debate que se dio en 2013 en torno a la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios, también conocida popularmente como “Ley Vitrina”.

La posibilidad de generar un diálogo público sobre cualquier política pública o legislación, en este caso una en materia de transparencia, es una condición necesaria para la construcción de una sociedad democrática. De tal suerte, el caso que se presenta es un acercamiento para comprender la construcción del diálogo público a través de las ágoras modernas: los medios de comunicación. La

/* Esta es una investigación que se hizo como parte de los trabajos de la materia “Demoscopia de medios”, de la Licenciatura en Comunicación Pública de la Universidad de Guadalajara. En la primera parte de la investigación también participaron Adrián Arellano Becerra, Laura Cortés y Joseph Fernández Orta.

manera de hacer un juicio crítico sobre cualquier situación político-social, es mediante el planteamiento de preguntas y su propia resolución a través de una investigación que sea capaz de dar respuesta a todos los cuestionamientos.

El estudio sobre la construcción del diálogo público lo hicimos a través de un análisis de contenido a diversos periódicos que circulan en Guadalajara, así como una serie de entrevistas a los diferentes actores públicos que participaron en el debate sobre la “Ley Vitrina”, con el fin de reconocer las estrategias para incluirse en el diálogo. Mediante ambas estrategias metodológicas fue posible encontrar algunos de los caminos a través de los cuales el poder comunicativo se movilizó a través de los medios de comunicación.

CONTEXTO: BREVE HISTORIA DE LAS LEYES DE TRANSPARENCIA EN JALISCO

Fue en el sexenio panista de Francisco Ramírez Acuña como gobernador de Jalisco, en el periodo comprendido de 2001 a 2006, cuando se vislumbró un panorama positivo para el tema de transparencia como política pública en la entidad. Fue la mano de Fernando Guzmán Pérez Peláez, quien fungiera en aquel entonces como coordinador de la bancada panista en el Congreso local, que elaboró un “borrador común” en donde se planteaba una propuesta de ley de transparencia que se hizo llegar a los legisladores panistas de los congresos locales de todo el país (Alonso González, 2007).

El resultado de estos trabajos legislativos fue la aprobación de la Ley de Transparencia e Información Pública

el 20 de diciembre de 2001, la cual entró en vigor el 21 de mayo del año siguiente, anticipándose incluso a la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental de Vicente Fox (Masini Aguilera, 2012). De esta forma, Jalisco marcó la pauta a nivel nacional en el tema de transparencia y rendición de cuentas, dando en su momento una imagen positiva al Partido Acción Nacional (PAN). Sin embargo, las deficiencias de dicha ley no tardaron en salir a la luz, quedando en entredicho la manera en la que desestimaron las reformas constitucionales que permitieran el desarrollo correcto de la implementación de la Ley.

Algunas de las debilidades más importantes de la Ley de Transparencia e Información Pública, eran que no definía explícitamente qué se consideraba como información pública, o que no determinaba con claridad las sanciones que se aplicarían a quienes la desacataran (Masini Aguilera, 2012).

A raíz de las fuertes críticas y comparaciones que se hicieron de la Ley de Transparencia e Información Pública del estado con la Ley Federal, se invitó a especialistas en la materia a que colaboraran en conjunto con el gobierno estatal para realizar una eventual reforma a la deficiente ley.

Así fue como durante el otoño de 2004 comenzó el proceso de reestructuración de la Ley a través de reuniones de trabajo con diputados y organizaciones de la sociedad civil, entre las que destacó la participación de Ciudadanos por Municipios Transparentes (CIMTRA). Este proceso culminaría con la aprobación de una nueva ley el 16 de diciembre de 2004, la Ley de Transparencia e Información Pública del Estado de Jalisco, la cual tendría un sólido res-

paldo político y la aceptación de la sociedad civil (Masini Aguilera, 2012).

La consolidación del órgano garante en la entidad, el Instituto de Transparencia e Información Pública del Estado de Jalisco (ITEI), vino a cubrir el grave rezago en el que se encontraba Jalisco tras la promulgación de la primera ley de transparencia. Este Instituto estuvo conformado por un consejo integrado por cinco miembros, un presidente que percibió un sueldo y cuatro consejeros que laboraron de manera honoraria. El primer Consejo del ITEI estuvo integrado por Augusto Valencia López, como presidente; Héctor Moreno Valencia y Héctor Ontiveros Delgadillo, consejeros propuestos por el PAN, y Remberto Hernández Padilla y Guillermo Muñoz Franco, designados por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) (Masini Aguilera, 2012).

A pesar de tener una buena aceptación entre la ciudadanía, la ley aprobada en 2004 fue abrogada en 2011. En su lugar quedó la llamada Ley de Información Pública del Estado de Jalisco, aprobada por unanimidad el 8 de diciembre de 2011 en el Congreso, para ser promulgada en la Constitución Política del Estado y entrara en vigor el 1 de abril de 2012, durante la administración de Emilio González Márquez como gobernador de Jalisco. Esta Ley se ha convertido en la más polémica de todas las leyes de transparencia que se han promulgado en la entidad. Lo anterior debido a la coyuntura que se vivía en el momento y al proceso mediante el cual se llevó al Congreso, para después ser aprobada en un proceso legislativo extremadamente rápido y con serios cuestionamientos por parte de

periodistas y organizaciones ciudadanas (Osorio, 2012a). Entre otras cosas, la ley fue objetada porque en su contenido el concepto de derecho a la información fue sustituido por el de administración de información pública.

Luego de diversas presiones políticas y ciudadanas, el 19 de julio de 2013 fue aprobada una nueva ley de transparencia, que popularmente se conoció como la “Ley Vitrina”. En las siguientes páginas el lector encontrará un análisis de cómo es que esta ley fue discutida públicamente a través de los periódicos de mayor circulación de Guadalajara.

CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO Y MARCO TEÓRICO

El acceso a la información pública se ha convertido en los últimos años en un tema de relevancia, pues a partir de la rendición de cuentas los ciudadanos pueden acceder a la información que las instancias gubernamentales están obligadas a publicar. Por otro lado, desde un ámbito periodístico, la producción noticiosa también puede verse beneficiada pues la transparencia es una herramienta para el periodismo de investigación.

La transparencia y la rendición de cuentas son conceptos que designan las acciones encaminadas para que la vida interna de las instituciones sea totalmente abierta a los ciudadanos, y que al mismo tiempo se generen mecanismos en el sistema que creen indicadores en la rendición de cuentas (Acosta García, Larrosa-Fuentes y Paláu Cardona, 2014).

El tema de la transparencia entra en aquellos asuntos que requieren del diálogo público, entendido este como un mecanismo por el cual una serie de actores hablan sobre un tema o asunto público y se retroalimentan entre ellos, dando paso a un conjunto de procesos deliberativos en torno a los asuntos comunes de una sociedad. La investigación del diálogo público requiere observar el tema que se discute, así como los actores involucrados y sus relaciones (Acosta García, 2012).

De tal suerte, el objeto de estudio de este trabajo se centra en la construcción de las relaciones de poder que se suscitan durante un proceso dialógico de carácter público. En este caso, se busca dar cuenta de un proceso donde se vean involucrados ciertos actores en la discusión de un tema relevante para la sociedad: el diálogo sobre una nueva ley de transparencia para el estado de Jalisco.

Para estructurar este análisis, partimos del modelo de comunicación pública propuesto por Demers y Lavigne (2007). Este modelo se encarga de observar aquellos procesos de deliberación democrática con incidencia en la esfera de lo público, por tanto, la presencia de temas en el debate público, como el de una nueva ley que busque atender las demandas de transparencia e información, tiene lugar en los estudios sobre los procesos comunicativos: “la Comunicación Pública no se interesa por todo a lo que se da visibilidad en la plaza pública, sino, esencialmente, por aquello que va a contribuir en la formación de la opinión pública y en las eventuales decisiones y acciones gubernamentales y estatales” (Demers y Lavigne, 2007: 73).

Dentro de estos procesos de comunicación pública, los actores, definidos como todos aquellos sujetos u organizaciones que adquieren la capacidad de introducir temas de debate en la agenda (Testa, 2007), son quienes construyen, colectivamente, el diálogo público. ¿Pero qué es el poder y por tanto qué actores son los que tienen el poder de construir estos diálogos públicos?

Manuel Castells (2009) define al poder como la capacidad relacional que permite que un actor social pueda influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de manera de que se favorezca la voluntad, los intereses y los valores del actor con poder. En cuanto a las relaciones de poder, Castells (2009) las entiende como una capacidad relacional entre los actores, estas siempre son desiguales dado que existe un poder mayor de unos sobre otros; sin embargo, también existe un grado de cumplimiento y aceptación de los individuos que están sujetos al poder de otros.

En este capítulo analizamos cómo es que se construyó el poder desde los medios de comunicación, particularmente desde la prensa escrita, y para ello echamos mano de algunas teorías y modelos de comunicación como la *agenda setting* y el encuadre (*framing*). La *agenda setting* propone, a grandes rasgos, que los medios, a través de su selección noticiosa, determinan los temas sobre los que el público piensa y habla (McCombs y Reynolds, 2008). Por otra parte, el encuadre es la capacidad de los medios para crear marcos periodísticos y psicológicos en la forma en que las noticias se presentan a la audiencia (Kinder e Iyengar, 1989).

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN Y OBJETIVOS

Pregunta general

¿Qué actores y discursos dominan el diálogo público sobre el tema de transparencia y acceso a la información en los periódicos generalistas de Guadalajara (*El Informador*, *Mural*, *Milenio Jalisco*, *Reporte Índigo*, *La Jornada Jalisco*, *El Occidental*) y cómo es que estos actores desarrollan su poder para influir en la agenda de la prensa local?

Preguntas particulares

- ¿Qué actores aparecen en la cobertura de los periódicos generalistas de Guadalajara en torno al tema de transparencia y acceso a la información y cuáles son sus características?
- ¿Cuál es el encuadre que los periódicos generalistas de Guadalajara le dan a los actores que participan en las discusiones públicas sobre el tema de transparencia y acceso a la información?
- ¿Cómo se construyen los procesos de producción del poder a través del proceso comunicativo de los distintos actores que participan en las discusiones públicas sobre el tema de transparencia y acceso a la información, y que son reproducidas por los periódicos generalistas de Guadalajara?
- ¿Qué características tienen las estrategias emprendidas por políticos, comunicadores y ciudadanos, para posicionarse como actores que dominan el proceso comunicativo de las discusiones públicas sobre el tema de transparencia y acceso a la información que son re-

producidas por los periódicos generalistas de Guadalajara?

METODOLOGÍA

Para llevar a cabo esta investigación hicimos un análisis de contenido de seis periódicos generalistas de Guadalajara (*El Informador*, *Mural*, *La Jornada Jalisco*, *El Occidental*, *Milenio* y *Reporte Índigo*). La muestra se compuso por toda la información publicada con relación al tema de la discusión de la nueva ley de transparencia para el estado de Jalisco, a lo largo de cinco semanas (del 8 de abril al 8 de mayo de 2013).

Por otra parte, para conocer las dinámicas de poder durante los diálogos públicos, también hicimos entrevistas semiestructuradas con algunos de los actores que participaron en este proceso de comunicación pública en el que se discutió una nueva ley de transparencia.

El análisis de contenido nos permitió conocer quiénes fueron los actores más importantes de este diálogo público. De este conjunto de actores, entrevistamos a los más representativos. De asociaciones civiles se entrevistó a José Bautista, representante del capítulo Jalisco de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), y a Ignacio González, delegado regional de CIMTRA. En el caso de actores políticos, se entrevistó al diputado Hernán Cortés Berumen, diputado del PAN, quien fue uno de los impulsores de la nueva ley; además, a la diputada Verónica Delgadillo, quien había presentado otro proyecto de reforma de la ley. De los representantes de los medios de comunicación especializados en el tema de transparencia, se entrevistó a José David Estrada, reportero de *Mural*, a

Zaira Yael Ramírez, de *El Informador*, y a Aníbal Vivar, de *La Jornada Jalisco*.

ANÁLISIS DE CONTENIDO SOBRE LAS NOTAS PUBLICADAS

En el análisis de contenido se codificó un total de 84 notas que fueron publicadas entre el 8 abril y el 8 de mayo de 2013. Los periódicos con la mayor cantidad de notas publicadas fueron: *El Informador* con 26 notas, *Mural* con 25 y *La Jornada Jalisco* con 16; después, aportan a la discusión: *Milenio Jalisco* con nueve notas, *Reporte Índigo* y *El Occidental* con un total de cuatro notas.

El enfoque con mayor cantidad de reactivos codificados en este rubro fue el negativo, que obtuvo un total de 50 incidencias (59%), el neutral con un total de 19 (23%), balanceado con nueve (11%)¹ y el positivo con seis (7%). Con lo anterior se puede inferir que la discusión sobre la ley de transparencia para Jalisco en estos medios de comunicación fue principalmente polémica, con un tratamiento informativo negativo, debido a la susceptibilidad que despierta en la esfera pública-política de la cual proviene y que puede afectar como principal actor.

El género periodístico con mayor cantidad de notas publicadas fue el informativo, con un total de 51 apariciones (62.4%); el espacio reservado para trascendidos tuvo 19 (22.9%); el de opinión seis (7.2%), y el de reportaje tres (3.6%). El tipo de producto periodístico con el cual se

1. Una nota balanceada es aquella que incluye “una cantidad aproximadamente igual tanto de la información positiva como negativa” (Hughes, 2009: 306).

aborda el tema permite dar cuenta del poco espacio para problematizar la ley en medios impresos, por otro lado, la discusión se dio mediante espacios no legítimos de análisis como 22.9% de trascendidos y solo 7.2% para la opinión.

La ley de transparencia en los impresos jaliscienses logró importancia local-regional con 82 apariciones (97%) y solo dos notas de origen nacional (3%). El tema general más destacado fue política y gobierno con 81 notas (97%), economía dos (2%) y social una (1%). La promulgación de una reforma de ley que como principales sujetos obligados tiene a políticos, funcionarios públicos e instancias de gobierno, posiciona a este tema en la agenda mediática y pública para una discusión orientada principalmente al análisis de las acciones de dichos sujetos, quienes nunca antes habían sido obligados a dar información a la sociedad civil y medios de comunicación.

El encuadre de la nota permite conocer el tipo de temática de discusión a la que pertenece la pieza analizada (pública, política, económica o social). Para este estudio, el tipo de encuadre con mayor cantidad de apariciones fue el de atribución de responsabilidad con 43.6%, de conflicto con 24.8%, de consecuencias económicas 12.8%. Por lo anterior, se entiende que en los impresos analizados la temática es tratada como ajena a su labor; cuestión problemática porque resaltan las diferencias entre los sujetos implicados, y de susceptibilidad económica debido a las elites comerciales y mercantiles que afecta.

El tipo de participación de los actores fue principalmente de mención con un total de 68% y de participación activa (se le da voz) mediante la citación fue de 32%. La cantidad de apariciones que se registraron en el análisis es de 171: Jorge Gutiérrez Reynaga, extitular del ITEI, tuvo 22

menciones (12.87%); Jorge Aristóteles Sandoval, gobernador de Jalisco, 13 menciones (7.6%); Armando García Estrada, magistrado presidente del Tribunal Administrativo del Estado (TAE), siete menciones (4.09%); Miguel Castro Reynoso, coordinador diputados PRI, cinco menciones (2.92%); Hernán Cortés Berumen, diputado PAN, cuatro menciones (2.34%), entre los principales actores.

Los actores mediante los cuales las piezas periodísticas son construidas son parte muy importante para identificar la tendencia, la intencionalidad y el objetivo del discurso en la nota. En la investigación encontramos que 84.2% de los actores fueron políticos y tan solo 8.2% de actores de la sociedad civil.

ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

En todas las entrevistas, incluidos los diputados, se señaló que son los políticos quienes dominan el diálogo en torno a la discusión sobre la ley de transparencia, por ende, son quienes poseen mayor poder relacional en el sentido que señala Manuel Castells. Dos de los tres reporteros coincidieron en señalar que son los políticos quienes marcan la agenda y que, en el caso de transparencia solo se visibilizan a otros actores (sociedad civil) cuando no es un tema de coyuntura.

El poder entonces, se encuentra distribuido de forma asimétrica hacia los actores políticos, quienes deciden qué y cuándo se discuten ciertos temas. En muchas ocasiones la agenda se plantea a conveniencia de los partidos políticos. La reportera Zaira Yael lo ejemplifica en la entrevista: “el tema está ligado a lo político, vivimos en una partidocracia, somos gobernados por partidos políticos”.

Por otro lado, tanto periodistas como académicos e integrantes de la sociedad civil expresaron que el tema de transparencia perdió visibilidad durante la polémica gestión de Jorge Gutiérrez Reynaga, debido en parte a la poca voluntad de los políticos y de él mismo, por colocar el tema en la esfera pública.

En el caso de las estrategias comunicativas emprendidas por los actores políticos, se puede observar que se han seguido las tradicionales ruedas de prensa y convocatorias a foros de discusión y análisis. En este sentido, según lo señalado por el propio diputado Hernán Cortés, son pocos los políticos que se interesaron en asistir a estas últimas.

En resumen se puede decir que, en la discusión sobre la legislación de transparencia, los actores políticos siguen teniendo un peso mayor que la sociedad civil, a pesar de que los mismos políticos aceptan que debería ser lo contrario. También se puede decir que la sociedad civil solo se visibiliza a partir de la convocatoria (el poder de hacer visible) de los políticos o solo cuando el tema no es precisamente de coyuntura.

A pesar de que los políticos siguen siendo quienes dominan la discusión, también se puede aceptar que la sociedad civil comienza a tener un peso que, si bien todavía no es tan determinante, está presente en el diálogo de lo público.

CONCLUSIONES

El tema de la transparencia tuvo más visibilidad en los periódicos *El Informador*, *Mural* y *Milenio Jalisco*. En cambio, en periódicos como *Reporte Índigo* y *El Occidental* le dieron menor cobertura al tema. En cuanto al tipo de

notas, la mayoría tuvo un enfoque negativo, y predominan el género informativo y los trascendidos.

Las notas están firmadas en su mayoría por la redacción o a nombre del periódico, lo cual indica que los reporteros no tienen un poder y este recae sobre la institución. En cuanto al tipo de página, la mayoría de notas están colocadas en páginas par y la sección donde más aparece es la local, aunque también sobresalen siete notas en primera plana.

El tema general donde más se clasificaron las notas es en política y gobierno, y los lugares de referencia predominantes son Jalisco y la zona metropolitana de Guadalajara. En cuanto al origen de la nota, el tema solo tiene una nota a nivel nacional por lo que la transparencia se discute en los medios más a nivel local.

Respecto a los actores, la participación mayoritaria es de hombres y en las notas aparecen más solo como mención. Las mujeres que participan en la discusión son del gremio político. A su vez, existen actores con gran número de apariciones, sin embargo, esto no tiene una relación directa con su participación en el tema de la transparencia, como es el caso de Jorge Aristóteles Sandoval, actual gobernador de Jalisco, quien aparece en segundo lugar entre los actores con más de una mención.

Los actores que aparecieron en las notas pertenecen más al ámbito político, por tanto, el tema está intrínsecamente relacionado con la política; esto se ve reflejado en la construcción de contenidos de los periódicos y el tipo de actores que aparecen en las notas. Quienes dominan el diálogo público en torno a transparencia en medios de comunicación son principalmente los políticos. Sin embargo, algunos de ellos concluyeron que miembros de la

sociedad civil, sobre todo los académicos, pueden llegar a influir en el tema.

Por otro lado, al contrario de lo que pensamos inicialmente en nuestra hipótesis, el tema de transparencia sí estuvo en la agenda de los medios de comunicación, pero en estos se discutió más sobre los conflictos entre los actores políticos implicados que sobre las consecuencias del tema en la sociedad.

El análisis de contenidos realizado permitió entender que el tratamiento informativo que imperó sobre esta ley es negativo. Con esto se observa que la discusión estuvo orientada hacia la generación de polémica entre los actores —primordialmente políticos— involucrados. Por otro lado, la influencia de la sociedad civil —o toda aquella que no está considerada dentro de un estrato político— fue más participativa de lo que se había considerado al inicio de este trabajo.

Los discursos o visiones de los principales actores que se mostraron en los periódicos fueron meramente de citación y de poco trabajo de investigación periodística, por lo que podemos comprender que la importancia en la agenda mediática giró en torno al cómo es que la clase política puede resultar afectada, y no al cómo es que esto nos puede ayudar a construir una sociedad con mayor capacidad de acceso a la información pública.

En los periódicos analizados, la temática se presentó como un tema alejado de la competencia de la sociedad civil; se puede inferir que debido a los intereses mercadológicos de los empresarios de los medios de comunicación, la tendencia que guió el encuadre de la nota residió en lo económicamente pertinente y no en la mejora de los mecanismos para ejercer el derecho a la información.

En cuanto a las estrategias usadas por los políticos para posicionar el tema en los medios de comunicación y hacer uso del poder, estas consisten en ruedas de prensa, la organización de foros de discusión y la invitación a organizaciones de la sociedad civil para que participen en el diálogo público. A su vez, el poder político sigue siendo el que marca la pauta en la lista de fuentes de los periodistas, pues durante las entrevistas se percibió que estos eran conscientes de que la nota giraba en torno a las afectaciones que la ley de transparencia causaba en los políticos.

Sin embargo, la discusión de un tipo de ley que permite el acceso a la información es de incumbencia de los reporteros, quienes hacen uso de los datos que son transparentados para hacer su trabajo, de ahí por qué el tema tuvo más visibilidad de la esperada al inicio de la investigación.

Finalmente, se puede resumir que el poder es asimétrico tal como lo plantea Castells. En este caso, los políticos son quienes suelen estar en el nodo más importante de la red, son ellos quienes contactan con periodistas y con organizaciones de la sociedad civil. No obstante, también los medios de comunicación, mediante la labor periodística, logran tener incidencia y poder al momento de enmarcar las notas, atribuir responsabilidades y colocar el tema en el espacio público, tal como lo plantean Demers y Lavigne.

El análisis de cómo se construye el diálogo público a partir de las relaciones de poder, aterrizado en el caso de la “Ley Vitrina”, permite dar pinceladas sobre cómo las deliberaciones que conciernen a toda una sociedad, finalmente dependen de círculos de poder limitados.

Cuando un niño desaparece, el peor enemigo es el tiempo...

ANA CECILIA CASTAÑEDA MEDINA
Y LAURA ELISA ARANDA DE LA CRUZ

Polly Klaas se divertía como cualquier niña de 12 años que organiza una pijamada con sus amigas. Por desgracia la diversión terminó cuando un hombre entró a su dormitorio con un cuchillo en mano, ató a sus amigas con una cuerda y secuestró a Polly. Era el 1 de octubre de 1993.

El caso de Klaas fue un precedente como ningún otro en el estado de California, en el cual más de 4,000 personas se sumaron a su búsqueda y se utilizó la Internet por primera vez, para mejorar la calidad de la imagen de la menor y poder compartirla con el mundo. El 2 de diciembre de ese mismo año, dos meses después del secuestro, el cuerpo de Polly fue encontrado. Para ese entonces su imagen había sido vista por 2'000,000 de personas alrededor del mundo.

A raíz de este caso varios ciudadanos en Petaluma contactaron a los padres de Polly para compartir el extravío de sus hijos. Así se fue formando un colectivo de ciudadanos que estaban alerta ante la desaparición de menores.

En 1996 Amber Hagerman visitó a sus abuelos en Arlington, Texas. Acompañada por su hermano Rick, Amber decidió explorar el vecindario en su bicicleta y, como cualquier niña curiosa de nueve años, se alejó de la casa más de lo permitido. Su hermano, tal vez temeroso a un castigo, decidió retornar a casa como le habían indicado, al llegar sin su hermana sus abuelos le pidieron que regresara por su hermana menor. Rick volvió diciendo que no encontra-

ba a Amber. Jimmie Whitson, abuelo de los menores, llegó a una tienda de abarrotes en donde encontró a una patrulla que había acudido al recinto luego de que un vecino informara que escuchó gritos y vio cómo un hombre subió por la fuerza a una *pick-up* a una niña.

Cuatro días después de su desaparición, el cadáver de Amber fue encontrado en un arroyo por un hombre que paseaba a su perro. Gracias a la autopsia se reveló que su garganta había sido cortada. Amber se encontraba viva tan solo dos días antes de ser descubierta.

El crimen impactó fuertemente tanto a su familia como a la sociedad; la madre de Amber dio una rueda de prensa en Washington, en donde pidió que se promulgaran leyes más severas contra los delincuentes que atenten en contra de niños y adolescentes, y solicitó la creación de una base de datos de pederastas. Mientras, muchos conocidos de la familia Hagerman llamaron a las emisoras de radio de Arlington exigiendo que se difundiera un informe cuando se diera cualquier tipo de desaparición de un menor, de la misma manera en la que ya se avisaba en caso de un tornado o desastre natural.

Tal fue su insistencia que todas estas iniciativas dieron resultado: aquel mismo año, las emisoras de radio de Dallas y de Fort Worth lanzaron la primera Alerta Amber, para tratar de encontrar, entre todos los ciudadanos, cuanto antes a cualquier niño desaparecido.

Con el paso del tiempo, las alertas suscitadas en el Dallas Amber Plan, creado en julio de 1997, se dispersaron por el resto de Estados Unidos y se establecieron cuatro criterios para emitir esta alarma:

- Que el desaparecido sea menor de 18 años.

- Que exista alguna prueba de que hubiera sido secuestrado y que se encuentre en grave peligro.
- Que se tenga una buena descripción del menor para que el aviso sirva de ayuda y se corra la voz.
- Que las autoridades encuentren apropiado llevar a cabo la alerta.

Ya que queda establecido que hay necesidad de una Alerta Amber, se le notifica a los medios de comunicación, radio, televisión y redes sociales, en donde se le dan al público los detalles del secuestro, ya sea información sobre el secuestrador o el secuestrado, o descripciones de la situación, dependiendo del caso.

Con estos antecedentes se instauró la Alerta Amber, acrónimo en inglés de America's Missing: Broadcasting Emergency Response, utilizado en homenaje a Amber Hagerman.

Uno de los rasgos más importantes de la Alerta Amber es que emerge como un convenio elemental de buena voluntad, entre la policía local, los medios de comunicación y la sociedad civil.

Divulgar la fotografía de un menor de edad en las primeras horas de su desaparición es vital para recuperarlo con vida. La difusión de la imagen requiere de la ayuda de redes sociales, así nos podemos convertir en ojos y oídos de las autoridades para encontrar a los niños y adolescentes que se reportan perdidos.

Después de todo, cuando un niño desaparece, el peor enemigo es el tiempo.

El movimiento más actual en el sistema de Alerta Amber es el uso de la Internet como medio para alertar al público acerca de la desaparición de un niño. A continuación se ex-

plora cómo funciona la Alerta Amber en México, así como el uso de las redes sociales y la implicación de la Internet para informar a las personas acerca de la desaparición de un pequeño.

¿QUÉ PASA EN MÉXICO CON LA ALERTA AMBER?

El sistema de Alerta Amber es una forma gratuita de diseminar información y promocionar la acción conjunta de las autoridades y los medios de comunicación.

Es efectivo cuando se trata de una batalla contra el tiempo, dado que las primeras tres horas son las más críticas en el caso de un secuestro. Los secuestradores que se llevan a un niño pueden escapar a una velocidad de un kilómetro y medio por minuto. Cuando las autoridades confían en su propio poder y alcance durante esas horas críticas, es muy probable que se atrasen en la búsqueda haciendo más difícil el rescate. Al utilizar a personas en toda el área que apoyan con sus ojos y sus oídos para contribuir a la búsqueda y alertar acerca de las diferentes circunstancias, las autoridades tienen mayor oportunidad de encontrar una pista y llegar al secuestrador antes de que sea demasiado tarde.

En tal virtud, el 2 de mayo de 2012, el gobierno federal de nuestro país puso en funcionamiento el Programa Nacional Alerta Amber México, para la búsqueda y localización de niñas, niños y adolescentes que se encuentren en riesgo de sufrir un daño grave a su integridad personal, ya sea por motivo de ausencia, desaparición, extravío, la privación ilegal de la libertad, o cualquier otra circunstancia donde se presuma la comisión de algún ilícito que se dé en territorio nacional.

El Protocolo Nacional Alerta Amber México se puede obtener en el sitio web de la Comisión de Derechos Humanos del Estado de Hidalgo (<http://www.cdheh.org>). El documento señala que la alerta es el resultado de la suma de esfuerzos interinstitucionales, para fomentar la coordinación y cooperación entre las entidades federativas, las organizaciones de la sociedad civil, las empresas de transporte de personas, los medios de comunicación y otros sectores involucrados.

El documento clarifica los tres criterios primordiales para que un caso de desaparición sea considerado como una Alerta Amber:

- El extraviado debe ser menor de edad.
- Debe estar en riesgo inminente de sufrir daño grave por desaparición en territorio nacional.
- Que exista información suficiente (circunstancias del hecho, nombre, edad, sexo, señas particulares, última vez vista).

Cuando se encuentra un caso de Alerta Amber se utilizan algunas de las diversas plataformas para su activación como son: la Plataforma México de la Secretaría de Seguridad Pública, el Registro Nacional de Personas Extraviadas, el directorio de enlaces y participantes, los medios de comunicación, las redes sociales, la telefonía móvil a través de mensajes de texto y el número telefónico 01800 00 854 00.

Con la aceptación de la Alerta Amber, México se convierte en el décimo país a nivel mundial y el primero en América Latina en adoptar esta plataforma, eliminando

así las 72 horas de espera establecidas anteriormente para iniciar las investigaciones de estos casos.

JALISCO, TERRITORIO DE DESAPARECIDOS

El 29 de abril de 2013 Jalisco se convirtió en la entidad federativa número 22 en adherirse al Protocolo Alerta Amber.

Fue en junio de ese mismo año que se activó la primera Alerta Amber en el estado para localizar a dos menores de 15 años y una niña de un año siete meses. Los dos niños desaparecieron de la plaza comercial Ciudadela y fueron encontrados días después, enterrados en el Bosque de la Primavera, supuestamente asesinados a manos de un capo por haberse burlado de su hijo. La Alerta tomó por sorpresa a toda la población, ya que tanto las autoridades como los medios de comunicación no habían logrado difundir el protocolo de este proyecto.

El 11 de octubre de 2013 desaparecieron dos adolescentes de la ciudad de Guadalajara que fueron vistos en una camioneta rumbo a la ciudad de Puerto Vallarta. Cuando se visitaron las instalaciones de Protección Civil de ese municipio, ante la pregunta de si conocían la Alerta Amber (que se supone había sido puesta en marcha desde el mes de junio), elementos de esa agrupación respondieron que no.

El desconocimiento de las autoridades puede llegar a ser alarmante cuando, según las cifras del programa, en el interior del Estado los municipios con mayor número de reportes recibidos fueron: El Salto con 31 y Puerto Vallarta con 15. Además, Puerto Vallarta fue el primer municipio en Jalisco en adherirse al Protocolo de Alerta Amber.

La importancia del Protocolo de Alerta Amber cobra gran sentido cuando se accede a la información de desapa-

recidos en Jalisco que elaboró el Centro de Justicia para la Paz y el desarrollo (CEPAD) en 2012. La lista fue proporcionada por Propuesta Cívica, AC, al Programa Institucional de Derechos Humanos y Paz del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), con el objetivo de hacer análisis y difusión del contenido de la misma. Hasta el momento, esta lista es el único instrumento de registro confiable que se ha hecho público sobre las víctimas de desaparición.

El documento completo da cuenta de 20,851 personas desaparecidas, de las cuales 40% son mujeres (8,393), 54% son varones (11,148) y de 1,310 registros no se logró determinar el sexo del desaparecido.

Al estado de Jalisco le corresponden 2,175 (casi 11%), de los cuales 1,190 fueron mujeres (55%) y 985 fueron hombres (45%). Aproximadamente la mitad de los desaparecidos se concentra en la zona metropolitana de Guadalajara, donde vive más de la mitad de la población del estado.

En cuanto a las ocupaciones de los desaparecidos, más de la tercera parte, 770 (35%), eran estudiantes al momento de su desaparición.

Con ello resulta pertinente preguntarse: ¿dónde están las autoridades responsables de garantizar la seguridad pública y la identidad?

¿LA ALERTA AMBER, UNA HERRAMIENTA ÚTIL?

Las opiniones se dividen cuando se trata de cuestionar si este programa sirve o no para recuperar a salvo a menores de edad desaparecidos.

No solo son las autoridades las que desconocen esta herramienta, también en la población mexicana existe una

GRÁFICA 8.1 ALERTA AMBER, UN PROGRAMA POCO CONOCIDO

¿Usted conoce o ha escuchado sobre la Alerta Amber?



Parametría: Encuesta Nacional en Vivienda / 800 casos / Error (+/-) 3.5% / Del 10 al 15 de agosto de 2013.
Fuente: Parametría (2013).

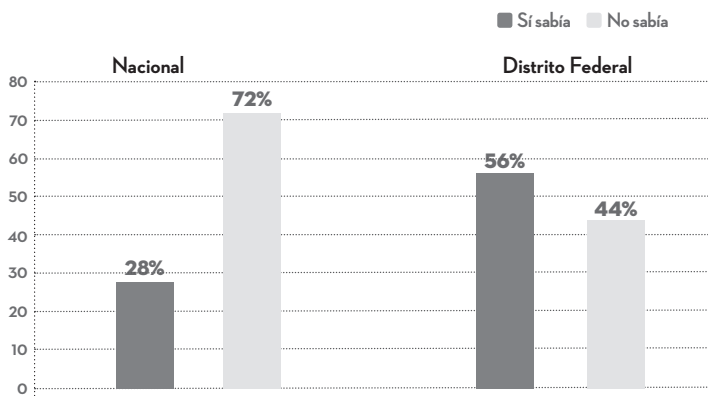
gran ignorancia sobre el tema. Según datos de la encuesta nacional de vivienda de Parametría (2013), este programa de reciente implementación es conocido por 31% de los mexicanos. Para casi siete de cada diez entrevistados la Alerta Amber es un programa desconocido.

En la misma encuesta se daba a conocer que la población del Distrito Federal estaba más instruida en la información del programa de Alerta Amber. Ante la pregunta de si sabían que existe un número telefónico para recibir llamadas telefónicas en caso de una alerta 72% de la población nacional entrevistada contestó que no, mientras 56% de la población de la capital del país respondió que sí sabía de la existencia de dicho número.

A su vez parece haber una relación entre la percepción de eficacia que se tiene de la Alerta Amber en relación con el conocimiento de la misma. Ante la pregunta ¿cree que la alerta ayude mucho poco o nada en la búsqueda y localiza-

GRÁFICA 8.2 CONOCIMIENTO DEL NÚMERO TELEFÓNICO DE LA ALERTA AMBER

¿Usted sabía que hay un número telefónico para recibir llamadas en caso de una Alerta Amber?

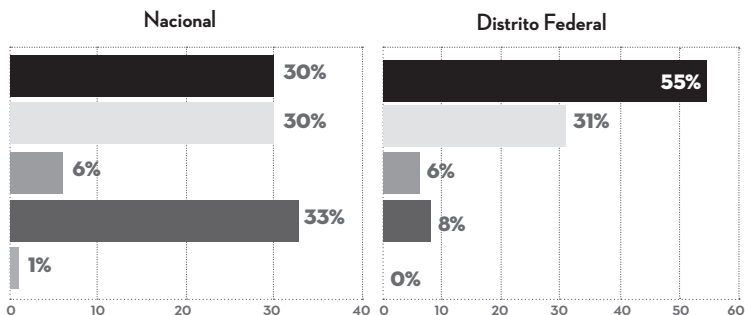


Parámetro: Encuesta Nacional en Vivienda / 800 casos / Error (+/-) 3.5% / Del 10 al 15 de agosto de 2013.
Fuente: Parametría (2013).

GRÁFICA 8.3 PERCEPCIÓN DE LA AYUDA QUE REPRESENTA LA ALERTA AMBER

¿Usted cree que la Alerta Amber ayude mucho, poco o nada en la búsqueda y localización de niñas, niños, y adolescentes que se encuentren en riesgo?

■ Mucho ■ Poco ■ Nada ■ No sabe ■ No contesta



Parámetro: Encuesta Nacional en Vivienda / 800 casos / Error (+/-) 3.5% / Del 10 al 15 de agosto de 2013.
Fuente: Parametría (2013).

ción de niños, niñas y adolescentes que se encuentran en riesgo? La respuesta nacional fue 33% dice que sirve mucho mientras que en el Distrito Federal 55% de la población respondió que sí era de mucha ayuda.

“Lo más difícil de perder a un hijo es no saber dónde está, no saber si está vivo o muerto”, dijo Alejandro Cabanillas, jefe de información del periódico *El Informador*. Por ello cree que en cierta manera sí ha sido efectiva la Alerta Amber en Jalisco ya que, a pesar de que algunos desenlaces han sido trágicos, las cinco alertas que se han activado en el estado han sido resueltas.

Los medios son un pilar importante en la difusión de las alertas y por ello *El Informador*, con lo dispuesto por la Fiscalía General del Estado en el protocolo estatal, atiende las alertas desde tres elementos: sus cuentas de redes sociales, la página *web* del diario y la versión impresa del mismo.

Cuando se activa una alerta Alejandro Cabanillas, quien ha sido designado como el enlace entre *El Informador* y la Fiscalía General, comienza a difundir los datos del menor desaparecido. En las redes sociales el plan de ejecución es: compartir cada hora la imagen y la información del desaparecido durante las primeras 24 horas de desaparición. El segundo día se comparte cada dos horas y el tercer y último día de la alerta se comparten cada tres horas. Durante tres días se instaura en la portada del sitio *web* del periódico un banner con la información. Y en la versión impresa posterior al día de desaparición se publica la ficha de Amber en página de interiores y una “llamada” en la portada del periódico mientras se mantenga la Alerta Amber.

Guadalupe Ramos, académica de la Universidad de Guadalajara y miembro del Comité América Latina y el Caribe

para la Defensa de los Derechos de las Mujeres (CLADEM), compartió que en México la Alerta Amber tuvo otro antecedente: el Protocolo Alba. Este se conformó también como un protocolo nacional y surgió en los años noventa, gracias a que las familias de las mujeres que habían desaparecido en Ciudad Juárez comenzaron a percatarse de que en ciertas paradas de autobús era en donde había más desaparecidas. Así que se conformaron grupos para vigilar y prevenir a mujeres que esperaban el camión para ir a trabajar a las maquiladoras o a estudiar muy temprano en la mañana. El nombre del programa surgió porque las familias despertaban al alba para hacer lo que las autoridades no estaban haciendo: vigilar.

Los puntos importantes que vale la pena recalcar son que tanto el Protocolo Alba como la Alerta Amber surgieron desde la sociedad civil debido a la falta de consistencia en los gobiernos, mexicanos y estadounidenses, por prevenir desapariciones tanto de niños como de mujeres.

En México, según datos de la Procuraduría General de la República, se han implementado 187 alertas Amber que permitieron la localización de 107 menores.

Aunque las cifras son positivas en la efectividad de este programa aún falta crear campañas que inviten a la ciudadanía no solo a participar sino a saber qué hacer en caso de la activación de una alerta.

2013: un año marcado por despidos en diversos periódicos de Guadalajara

PERLA ARACELI BLAS ALVARADO

Escribir a media luz mientras tomas una taza de café y fumas un cigarro es el cliché de la vida laboral de un periodista. En la realidad, este cliché es un lujo que algunos se dan de vez en cuando, pues las condiciones laborales de los periodistas de Guadalajara, desde hace tiempo, no son las mejores. Este texto es el resultado de un año de dar seguimiento a casos puntuales de despidos a periodistas locales y de tres años de documentar las condiciones laborales de los periodistas en la zona metropolitana de Guadalajara (Blas Alvarado, 2011).

El año 2013 fue complicado para los profesionales que laboran en medios de comunicación en Guadalajara, especialmente en los periódicos. Alrededor de 60 personas, entre periodistas, fotoreporteros, editores, trabajadores en las mesas de redacción, diseñadores, administrativos, personal de rotativas y circulación, perdieron su puesto laboral dentro de la industria periodística. Si bien no se dieron recortes masivos en un solo periódico, como fue el caso de *Ocho Columnas* en 2010, que luego de su cierre quedaron sin empleo 400 personas (Ramírez Flores, 2011), los despidos se fueron dando paulatinamente en diversos periódicos entre abril y septiembre de 2013. Los motivos de la pérdida del empleo en estas historias son muchos: recortes de personal, despidos disfrazados por ineficiencia profesional o por “renovación” del medio de

comunicación, o las renunciadas forzadas luego de que las empresas eliminaran contratos o prestaciones de ley a los trabajadores.

El desarrollo profesional de un periodista se vuelve una carrera de resistencia: se tiene que no solo lidiar con un bajo salario sino sortear los intereses políticos y económicos de los dueños de las industrias mediáticas o los liderazgos impositivos y autoritarios que existen en las salas de redacción. Estos son algunos de los obstáculos ante los que se topan los trabajadores de los medios, señala Sergio René de Dios Corona, reconocido periodista en la ciudad con 30 años de experiencia y quien ha trabajado en siete periódicos, dos estaciones de radio, una revista impresa y dos revistas digitales. Para Sergio René, la vida periodística no es sencilla en Guadalajara: “La profesión ha ido disminuyendo en cuanto al reconocimiento social; los que estamos aquí es porque nos apasiona, pero tienes que andar sorteando muchas dificultades”.

Las empresas periodísticas guardan con mucho sigilo los datos que consideran como reservados y en muchos casos sus empleados firman una cláusula de confidencialidad, por lo que es difícil saber exactamente cuánto ganan los reporteros y a cuánto asciende “el ahorro” resultante de los despidos y otra clase de recortes de los grupos editoriales. No obstante, existen datos que pueden dar una idea de las condiciones laborales de los periodistas de Guadalajara. Por ejemplo, en 2014 el salario de un periodista o reportero gráfico en Guadalajara, según la Comisión Nacional de Salarios Mínimos (CONASAMI), era de 201.58 pesos diarios. Sin embargo, los salarios de los reporteros varían mucho, pues no existen tabuladores a través de los cuales los medios de comunicación puedan calcular

los pagos a sus empleados: mientras un reportero que está en los inicios de su carrera puede ganar hasta 4,000 pesos mensuales, otro puede laborar como practicante y recibir un sueldo de 2,000 pesos o, en el peor de los casos, nada. Los sueldos en las salas de redacción *web* pueden variar entre los 6,000 y los 12,000 pesos.

Bajo esta estructura laboral, 2013 fue un mal año para los periodistas en Guadalajara. Un caso que causó incertidumbre en el medio periodístico fue el despido, en un periodo corto de tiempo (aproximadamente dos semanas), de alrededor de 30 personas de diferentes áreas, tanto de la mesa de redacción como administrativos del periódico *El Occidental*, que pertenece al Grupo Organización Editorial Mexicana. La razón: bajar costos. Por otro lado, también hubo otros ajustes en periódicos como *El Informador*, que aunque de forma más silenciosa, fue despidiendo poco a poco a editores y personal del área de redacción, bajo el argumento de renovación y de querer dar frescura al periódico. De este periódico, el decano de la ciudad, salieron siete personas de la mesa de redacción.

MILENIO JALISCO: UN PERIODISMO MULTIMEDIA A BAJO COSTO

Ignacio Pérez Vega, exreportero de *Milenio Jalisco* y quien tenía laborando en la empresa desde 1997, fue despedido el 7 de marzo de 2013 como parte de un recorte de personal. Él era de los pocos que conservaba buenas prestaciones, pues tenía seguro de gastos médicos y un fondo de ahorro. Para Ignacio el momento de su despido fue una sorpresa, aunque advierte que ya había avisos tiempo atrás de que la empresa quería ahorrar costos y fue sacando poco a

poco a los que tenían mayor antigüedad, prestaciones y mejores salarios.

Ignacio relata que el día de su despido se le asignó su agenda, como en los últimos 16 años. En la tarde su jefe lo llamó para citarlo en la redacción. Cuando llegó, personal de recursos humanos ya lo esperaba en la entrada y después lo condujeron a una oficina en donde le explicaron que estaba en la lista de los despedidos. Ese momento fue de gran estrés, pues relata que el abogado de la empresa lo hostigó e intimidó para obligarlo a aceptar su despido bajo condiciones impuestas por la empresa. Después de negociar por varias horas el monto de su liquidación, Ignacio recogió sus pertenencias de su escritorio. Personal de recursos humanos le advirtió que no podría conversar o despedirse de ninguno de sus compañeros: “no pude ni revisar mis archivos de la computadora”. El reportero relata que solo alcanzó a guardar algunas fotografías personales en un disco compacto y algunos documentos de su escritorio. Después, “pa’fuera”.

De estos despidos, pregunta Ignacio Pérez Vega:

[...] la sociedad no se da cuenta, no valora la afectación que tiene en cuanto a la calidad de la información que se está dando y eso al final a los jaliscienses les afecta. Tal vez va a haber un despertar hasta dentro de... no sé, 5 años, cuando ya estemos verdaderamente en el hoyo. Yo creo que hay empresarios tapatíos con dinero que podrían apostarle a invertir en un medio y al parecer ninguno está interesado en crear un medio de comunicación crítico y que sea rentable. ¿En dónde están los empresarios tapatíos?

De *Milenio Jalisco* salieron 14 personas en un periodo de una semana, diez de estos de la mesa de redacción (editores, fotógrafos, coeditores y reporteros), otros cuatro del área administrativa. Los recortes se alargaron hasta mayo, cuando la empresa decidió retirar del aire un noticiero matutino y a esto se sumó la salida de seis personas más de *Milenio Radio*.

Además de Guadalajara, Grupo Milenio tiene presencia en la ciudad de México, Monterrey, Puebla, Tamaulipas, León, Hidalgo y Torreón (Laguna) y desde hace años se encuentra en expansión hacia otras plataformas informativas como la televisión, radio e Internet. Con dicha convergencia la carga laboral para los reporteros aumentó, pues además de realizar la cobertura tradicional para el periódico, una misma nota se tiene que enviar en diferentes versiones para todas las plataformas. Como parte de este esquema de trabajo se implementó un “bono multimedia” el cual consiste en que a los reporteros de la fuente local “se les invitó” a colaborar por un monto extra de 2,500 pesos mensuales (algunos lograron negociar más). Otro cambio notorio fue la línea editorial, ya que todas las ediciones se tuvieron que alinear a la versión nacional y de Monterrey. Actualmente *Milenio Jalisco* procura no contratar a nadie de planta, la mayoría de los colaboradores emiten recibos de honorarios, esto significa no contar con ninguna clase de prestaciones de ley.

LA JORNADA JALISCO, ¿ESPACIO DE LIBERTAD?

La Jornada Jalisco y *La Jornada Michoacán* pertenecen al mismo director y se rigen bajo los mismos lineamientos administrativos. Hasta 2013 la planta laboral de *La Jornada*

Jalisco era de 16 personas en la mesa de redacción, más dos auxiliares y dos practicantes. En ese mismo año, que fue el séptimo de circulación de este periódico en la ciudad, se llevó a cabo una serie de acciones para renovar el periódico y mejorar su rendimiento económico. Los trabajadores, luego de ver estas acciones, asumieron que sus condiciones laborales mejorarían. Sin embargo, la realidad fue completamente distinta.

El primer problema llegó durante los primeros meses de 2013. En marzo y abril los pagos a todo el personal comenzaron a retrasarse. Fueron tres ocasiones en las que todo el personal recibió sorpresivamente la mitad de su salario. Aunque a los pocos días se depositó el restante, esto ocasionó incertidumbre entre los trabajadores que cuestionaban la estabilidad del proyecto. Como una acción de inconformidad ante la nula explicación por el atraso en los pagos, los trabajadores se reunieron para discutir el problema y decidieron que los reporteros no firmarían sus notas hasta recibir el pago correspondiente. Fue así que *La Jornada Jalisco* se publicó sin la firma de ningún reportero durante dos días (30 de junio y 1 de julio de 2013). Después de esta medida, los pagos se regularizaron, no obstante, al poco tiempo llegaron los despidos.

En las siguientes semanas, seis personas fueron cesadas y otras más optaron por abandonar el periódico ante el ambiente de inestabilidad y mal clima laboral generado desde la dirección. El primer despido fue el de Alejandro Silva, quien era editor y coordinador del portal *web*:

Fue, lo que se dice, una mentada de madre. El director que me despidió porque “le caía mal”. Juan Manuel Venegas, quien me despidió, fue el mismo que me pidió

en más de una ocasión doblar turnos o quedarme hasta tarde en la redacción porque no estaba el jefe de información; incluso en una ocasión debí llevarme a mi hijo, de seis años, a quedarse a dormir en un sillón porque no había quién cerrara la edición del día.

Silva tiene más de diez años laborando en los medios y asegura que los directivos de los medios de comunicación exigen compromiso, pero “¿cómo vamos a ponernos la camiseta de una empresa que no se pone la camiseta por sus empleados, por muchas pruebas de disposición que se den?”.

Otro de los despidos en *La Jornada Jalisco*, fue el caso de Raúl Torres, quien fungió como jefe de información del periódico durante seis años:

Técnicamente me despidieron al bajarme el salario. Traté de solucionar ese problema directamente con el director y dueño del diario pero nunca me quiso atender. Yo lo interpreto como una presión para que me fuera, pues desde marzo de 2013 el director no estaba conforme conmigo; aunque nunca hubo una queja por mi trabajo, argumentó que me había perdido la confianza porque supuestamente le puse condiciones para seguir trabajando.

En sus nueve años como periodista y su paso por seis periódicos, Raúl considera que las malas condiciones laborales son una culpa compartida, tanto de los periodistas como de los dueños de medios: “Nosotros por permitirlo y no organizarnos, ellos por aprovechar esa situación para continuar ahorrándose unos pesos”.

Ricardo Solís, reportero de cultura, y quien tenía seis años trabajando en *La Jornada Jalisco*, fue despedido el 27 de septiembre de 2013 bajo el argumento de una renovación en el periódico. Ese mismo día *La Jornada Jalisco* despidió a otros dos reporteros. Ricardo Solís señala que cuando inició el periódico los sueldos no eran malos y él contaba con todas las prestaciones de ley. Sin embargo, durante los seis años que laboró en el periódico no obtuvo ningún aumento y por el contrario las cargas de trabajo aumentaron. Con un salario mensual de 9,500 pesos, Ricardo Solís explica que la liquidación que le ofreció *La Jornada Jalisco* fue baja, pues no llegaba ni a una tercera parte de lo que por ley le correspondía. Al no llegar a un acuerdo, Ricardo, al igual que otras cuatro personas, decidieron demandar a la empresa ante la Junta de Conciliación y Arbitraje. Actualmente *La Jornada Jalisco* enfrenta cinco demandas laborales de personas que trabajaron en su redacción, más una del área comercial. Además, a esta situación se suman las inconformidades de las personas despedidas del área de rotativa.

CONTENIDOS PERIODÍSTICOS VERSUS CONDICIONES LABORALES

La periodista con 20 años de carrera y recientemente ganadora del Premio Jalisco de Periodismo 2013, Vanesa Robles, es contundente al asegurar que es necesario tener buenos contenidos periodísticos a la par de buenas condiciones laborales para reporteros, editores y fotógrafos. Ya que existen prácticas por parte de los grupos editoriales que mantienen a los periodistas siempre con incertidumbre sobre su situación laboral y esto no permite, por una

parte, desarrollarse profesionalmente y, por otra, garantizar una buena calidad de vida.

Trabajar sin contrato, obligar a los reporteros a vender publicidad, tener salarios bajos, la violencia, solicitar pruebas de antidoping, anti VIH y de embarazo como un requisito para entrar a trabajar, son algunos de los atropellos más graves por los que tienen que pasar actualmente los periodistas, sintetiza Vanesa Robles.

Ella también cronista inició en el periodismo en 1990 en Radio Universidad, luego se integró al equipo del periódico *Siglo 21* y después se convirtió en una de las integrantes del equipo fundador de *Público*, para salir cuando inició la transición a *Milenio Jalisco*:

Me salí porque sabía que iba a haber un gran recorte y las condiciones laborales estaban de la fregada y como en siete años no nos habían subido el sueldo, ni un cinco, y en cambio sí nos estaban exigiendo más cosas. Yo me acuerdo que cada que cambiaban nuestras condiciones yo decía “hay que hacer algo” porque cada vez estábamos perdiendo más derechos laborales, y me decían, pues date de santos con que tengas chamba.

Ante este panorama, Vanesa Robles optó por ejercer la profesión de forma independiente, desde hace tres años colabora en diferentes revistas, así como en el periódico *El Informador* e imparte clases en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).

Trabajar de forma independiente trae consigo beneficios como el no estar atado a una línea editorial ni al estrés de la nota diaria de los periódicos, pero se tienen que sortear situaciones como la inestabilidad económica y las

prestaciones de ley (seguro social, Infonavit, vacaciones, pensión y en algunas empresas fondo de ahorro).

LAS NUEVAS GENERACIONES DE PERIODISTAS

Paulina Rivera, quien tiene cuatro años de experiencia en el mundo periodístico, relata que fue un proceso difícil pasar de practicante a ser contratada como parte del equipo de *El Informador*: “Yo trabajé un año y medio prácticamente gratis, ganando 2,000 pesos mensuales. Los que salen al quite en ese tiempo es tu familia”. Paulina recuerda que nunca se preocupó por temas como el salario y un contrato, pues lo que le interesaba era ingresar a un periódico. Cuando consiguió un contrato su sueldo era de 1,350 pesos semanales. Durante los tres años que trabajó en la empresa, su carga de trabajo aumentó, pero no así su salario. Después de una larga insistencia, Paulina logró que le aumentaran el salario, pero le notificaron que el aumento sería de 250 pesos semanales: “Me pareció una burla hacia mi trabajo ese aumento”.

El motivo de su salida fue la combinación de varios factores, como las largas jornadas de trabajo, el salario, el mal clima laboral y sobre todo la línea editorial: “El que exista una línea editorial a modo te va cansando”. Ante todo esto Paulina afirma que siempre le estará agradecida a *El Informador* por haberle dado la primera oportunidad y aprender que es muy diferente la vida laboral a lo que un estudiante de comunicación o periodismo puede aprender en las aulas universitarias. Su carrera ya se iba perfilando hacia el periodismo deportivo y fue así que migró como reportera al periódico *Record*, después a un proyecto editorial independiente y por último a *El Informante*, con

un contrato por medio de una empresa *outsourcing* y con un sueldo que nunca llegaba a tiempo. Después de esto decidió realizar un alto en su carrera en los medios de comunicación.

Algunos medios de comunicación, no nada más los periódicos, reclutan estudiantes o recién egresados sin paga o con un bajo salario, con la promesa de que en el futuro se les empleará formalmente con mejores condiciones laborales. Algunos acceden, con la idea de hacerse un lugar en el gremio periodístico y conseguir un trabajo en el corto o mediano plazo. Sin embargo, luego de semanas o meses sin contrato ni sueldo, algunos periodistas se dan por vencidos. En “Notas de un periodista indignado”, Juan Larrosa Fuentes (2013) ejemplifica el caso de un reportero recién egresado, quien aceptó una oportunidad para laborar en *Reporte Índigo* de Guadalajara con sueldo de practicante, pero con la promesa de obtener un contrato. En esta narración, que es anónima, el reportero relata la falta de compromiso por parte de la empresa para brindarle un contrato de planta con prestaciones de ley y mejor salario, esto aunado a las líneas editoriales a “modo” a las cuales tenía que ceder.

En la publicación de marras, el “periodista indignado” hace referencia a Alejandra Xanic, primera mexicana ganadora del Premio Pulitzer, quien trabajó en Guadalajara en el extinto periódico *Siglo 21* para después mudarse al Distrito Federal y comenzar una carrera como periodista independiente. El informante sostiene que el extenso y basto trabajo de investigación que la hizo merecedora a dicho galardón no hubiera sido posible en el ritmo desmesurado de los medios de comunicación por cubrir la nota diaria. Este aspecto está directamente ligado con las

condiciones laborales de los periodistas, ya que ante la exigencia de las empresas mediáticas por la inmediatez y la competencia, no es posible tomarse el tiempo necesario para desarrollar un trabajo de tal magnitud que permita el desarrollo profesional del periodista y brindar mejores contenidos a los lectores. Proyectos que solamente se podrán lograr trabajando de forma independiente.

Ya sea por cuestiones personales o profesionales, los periodistas terminan cediendo a laborar en la opción “menos peor”. La carta del periodista anónimo concluye con las siguientes reflexiones: “Cedemos a muchas cosas, pero no por mucho tiempo. Es tiempo de nuevos medios, de otra lógica de vender la información, de otra forma de emplearnos. Es tiempo de rescatar la dignidad profesional”.

LABOR DEL PERIODISTA Y OPCIONES ANTE UN PANORAMA POCO PROMETEDOR

El director de la revista *Emeequis*, Ignacio Rodríguez Reyna, en una entrevista para la *Revista Mexicana de Comunicación* (Gorostieta, 2013), reflexiona sobre la labor del periodista, y dentro de las características que debe tener, refiere que tendrá que ser una persona enamorada con su profesión, comprometida con la realidad que lo rodea, con el país, con la sociedad, la localidad. Es un interlocutor entre el gobierno y la sociedad: “Tenemos una tarea importante que cumplir. El periodista es un agente que vibra, se emociona y está comprometido con la realidad del país. Debe ser una persona con un compromiso personal y social”.

Pero en el trabajo del día al día para cumplir la comanda asignada por el medio para el que se trabaja, estas cuali-

dades se pueden diluir y hacer que el periodista pierda la perspectiva de que su trabajo tiene relación con la justicia, la democracia y el derecho a la información, explica Sergio René de Dios Corona: “No creo que cualquiera que suba una fotografía e información ya es periodista y tampoco que la profesión desaparezca pues siempre será necesario una persona profesional que sepa buscar información, validarla, procesarla y darla a conocer”.

Como una forma de salir del bache en el que se encuentra la calidad del periodismo actualmente en Guadalajara y las condiciones laborales, Sergio René refiere que una opción viable es apostarle al emprendurismo periodístico. Y para esto la *web* es el medio más viable, económico y libre.

Ante el contexto que se vive es importante no estar supeditados a los grandes grupos editoriales, crear fuentes de empleo y contar las historias de forma diferente (desde la ciudadanía y no darle toda la voz al poder), creando grupos focalizados de trabajo en donde se unan periodistas para crear nuevos contenidos y proyectos innovadores: “Un problema en común que tienen algunos dueños de periódicos es que estos no son periodistas, son empresarios. Y algunos tienen una visión obtusa y un tanto cacique”, esto, para el periodista emprendedor podría ser una ventaja, ya que cuenta con el conocimiento y la pasión por ejercer la profesión; el reto estará en hacer la idea rentable.

Sobre el cuestionamiento de cuál es el rumbo que tomará el periodismo y las condiciones laborales, Sergio René de Dios Corona responde que, “esa es la gran pregunta dentro de toda esta transición y lo complicado de la situación. Hay que repensar la forma en cómo hacer periodismo, de más profundidad y más cercano a la gente”.

PERIODISTAS SIN UNA INSTANCIA QUE DEFIENDA SUS DERECHOS LABORALES

El Centro de Reflexión y Acción Laboral (CEREAL) de Guadalajara enfoca sus esfuerzos en asesorar a los trabajadores de la industria maquiladora que constantemente ven vulnerados sus derechos laborales, sin embargo, atiende también los casos de otro tipo de trabajadores. Es este centro a donde algunos de los periodistas despedidos en 2013 acudieron a solicitar ayuda e información ante la ausencia de un sindicato u organización que defienda los derechos laborales de los reporteros, editores, fotógrafos y trabajadores de la prensa.

Es importante señalar que existe una Asociación Mexicana de Editores de Periódicos, AC, pero entre los beneficios por ser asociado y sus objetivos, no se encuentra el defender al trabajador de los atropellos ocasionados por su propio medio de comunicación. Los motivos para carecer de una instancia que defienda los derechos laborales son diversos. Por una parte, se encuentra la falta de solidaridad y organización gremial, a esto se le suma que se evita confrontar o correr el riesgo ante el dueño del medio por el temor de perder el empleo. Por otra, existe apatía ante la posibilidad de realizar un movimiento u organización, en algunos casos se normaliza todo lo que envuelve a la situación, como el maltrato verbal, el abuso de autoridad y la explotación que existe al interior de los medios.

El 23 de febrero de 2014 el movimiento “Prensa No Dispare” salió a las calles en Guadalajara y otras ciudades del país, para manifestar su preocupación e inconformidad y exigir a las autoridades un alto a la violencia y asesinatos

de periodistas. Ante una reflexión del entorno laboral que rodea al gremio periodístico sería histórico que este se uniera también para evidenciar las injusticias y los abusos que existen y exigirle, pero ahora a los dueños de los medios, mejores condiciones laborales.

Los lectores seguirán necesitando información y contenidos de calidad, la profesión probablemente se enfrentará a más retos por los cambios tecnológicos y modificaciones en los modelos económicos y ante este panorama siempre será necesario luchar por la dignificación de la profesión en todos sus niveles.

IV. Los que se fueron

Felipe de Jesús Vicencio Álvarez (1959–2012)

GRACIELA BERNAL LOAIZA

Llegó con tres heridas

Llegó con tres heridas:

la del amor;

la de la muerte,

la de la vida.

Con tres heridas viene:

la de la vida,

la del amor;

la de la muerte.

Con tres heridas yo:

la de la vida,

la de la muerte,

la del amor.

MIGUEL HERNÁNDEZ

El jueves 11 de octubre de 2012 por la tarde recibí un correo cuyo remitente era de Felipe Vicencio. En ese correo no me escribía Felipe sino su hija Ana, colega y amiga, quien me pedía aplicara el examen a los estudiantes de Derecho de la Comunicación de la carrera de Ciencias de la Comunicación del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), que su papá había programado para ese día. En un mensaje sencillo y austero, Ana se limitó a compartirme que su papá había tenido una

recaída que le impedía asistir a la universidad. El horario del curso era de las 18:00 a las 20:00 horas. Mientras suplía a Felipe en su clase, él se encontraba en el hospital y hacía todo tipo de intentos para convencer a la enfermera de que no lo canalizara porque tenía que aplicar un examen a sus alumnos que lo esperaban en la universidad.

Creo que ni él, ni Luz María Huerta García, Lucero, su esposa, Ana, Aránzazu y María, sus hijas —las cuatro, sus mujeres— y mucho menos sus familiares, amigos, colegas y alumnos esperaban un desenlace inminente, a pesar de que la enfermedad que padecía ya tenía tiempo acompañándolo. Falleció al día siguiente, el 12 de octubre, Día de la Virgen de Zapopan y de fiesta para un gran número de tapatíos y jaliscienses.

Felipe Vicencio, nació un día después de la Natividad, el 26 de diciembre de 1959, en la ciudad de México. Creció en el seno de una familia que apostó como proyecto de vida participar activamente en el Partido Acción Nacional (PAN). Sus padres, Abel Vicencio Tovar y María Elena Álvarez Bernal en sus años mozos se forjaron en el servicio a los demás a través del trabajo que realizaron en Acción Católica, y a partir de 1957, ya casados, dirigieron y concentraron sus empeños en los proyectos de familia y del partido.

Como lo comparte su mamá, María Elena Álvarez de Vicencio, en su artículo titulado “Quería cambiar al país, hacer política”:

Todos mis hijos nacieron en el PAN: sus paseos eran los eventos del partido. Las asambleas les eran muy festivas, porque los dejábamos tomar todos los refrescos y tortas que quisieran; llevaban sus juegos a las convenciones y

así se entretenían. Nuestra participación en el PAN fue un activismo familiar, pleno desde el primer momento en que nos casamos, y así siguió; atendíamos por igual la importancia de la familia y de la política. Nuestra vida familiar fue una vida de panismo siempre, desde 1957 hasta que cada hijo formó su propia familia (2012: 31–32).

Y Felipe decidió hacerlo con Lucero, “el amor de su vida” después de terminar sus estudios de filosofía, que había comenzado en la Congregación de los Misioneros del Espíritu Santo de la ciudad de México, y optó por concluirlos en la Universidad del Valle de Atemajac de Guadalajara, ciudad que eligieron para vivir y formar a sus hijas.

En 1987 Felipe y Lucero comenzaron su historia en Guadalajara, donde echaron raíces en diferentes entornos y con diversos grupos caracterizados todos ellos por el compromiso y servicio a la comunidad. Con amplia experiencia en ese tipo de proyectos se vinculó en tareas académicas y formativas en el Instituto de Filosofía, en el Instituto de Ciencias de la Compañía de Jesús, en el Colegio Guadalajara del Sagrado Corazón, y en lo que fue el Área de Integración del ITESO. En 2010 regresó a esa universidad como titular de la asignatura Derecho de la Comunicación.

Felipe, cuenta su mamá, fue un bebé que a los diez meses “aprendió a hacer discursos mudos y luego a hablar [...] comenzaba a manotear al aire tratando de imitar a su papá; después aprendió a hablar y lo hace muy bien”. Y vaya que aprendió a hacerlo, además de que tuvo una voz privilegiada que resultaba difícil no prestarle atención, lo que compartía, como las buenas comidas, no tenía desperdicio, se aprendía siempre de él.

Felipe fue amante de los libros. Carlos Ortiz Tirado, amigo entrañable, lo recuerda como un lector voraz capaz de no dormir por las noches por estar atrapado en la lectura. Leía de todo, aunque en opinión de Carlos, la filosofía y epistemología fueron sus grandes aliadas. A propósito de la Feria Internacional del Libro que se celebra cada año en la ciudad, Felipe escribió en 2011:

Leemos porque necesitamos remedio para la confusión, la ignorancia y el desaliento. Porque nos hace falta la ficción como remedio para una realidad que nos oprime, porque nos urge la reflexión como remedio a la inconsciencia que nos hace indiferentes y nos paraliza [...] Leer es producir nuevos sentidos, significados múltiples a partir de nuestra experiencia y de la de quienes escriben. Es salir de nosotros aun con el riesgo de extraviarnos. Es dejar la inmovilidad de la ceguera para comenzar a andar por las rutas que va abriendo la luz de la lectura hacia un destino incierto y distante, que finalmente nos permita reencontrarnos a nosotros mismos en los diversos significados que el mundo de los libros nos ofrece. Entonces podremos regresar a lo nuestro, a la tiranía de lo cotidiano, pero con respuestas que hemos leído en la experiencia de otros y que nos permitan formar nuestro propio discurso, es decir, la justificación de nuestra existencia (Vicencio, 2011b).

Felipe gozó la vida. Disfrutó los placeres de la cotidianidad: las frutas de temporada, las pastas, un buen corte a la parrilla acompañado de un buen tequila o tinto. Le agradaban los paseos familiares en el campo, la playa o el bosque. También se divertía cuando asaba carne, y se

acomedía en esa faena en su casa o en la de los amigos. Fue un buen conversador y escucha, compartía sus opiniones con asertividad, con buenas y altas dosis de crítica argumentadas e informadas. Le gustaba el fútbol y le iba a las Chivas. Hacía de su cámara fotográfica su compañera en sus experiencias personales, familiares y como servidor público. Fue un buen fotógrafo. Pero, una de sus pasiones fundamentales, fueron Lucero y sus hijas, “porque escucharlo hablar de ellas era riquísimo”.¹

También fue melómano, apreciaba y escuchaba a los clásicos, pero Joan Manuel Serrat fue uno de sus cantautores predilectos, junto a la Nueva Trova Cubana. Desde pequeño cultivó las artes musicales, aprendió a tocar el piano, la guitarra, y a cantar. También fue compositor y poeta. Martín Faz Mora, un amigo de juventud, escribió:

Quienes lo conocieron en su etapa de político panista, quizá, se sorprenderían de saber la exquisita sensibilidad musical que poseía y, me atrevo a decir, no le habrán conocido a fondo sin haber escuchado sus profundas interpretaciones con la privilegiada voz que poseía [...] Felipe musicalizó íntima y virtuosamente algunos versos propios, y de forma brillante y profunda versos de Neruda y León Felipe [...] Partícipe de una corriente católica progresista, afincada en la Teología de la Liberación, musicalizó a místicos como San Agustín, Carlos De Foucauld y hasta el Salmo bíblico número 15, cuya adaptación por él compuesta a finales de los setenta y titulada, *Tú eres mi Señor*, es regular y ampliamente

1. Entrevista a Carlos Ramón Ortiz Tirado Kelly, realizada el 1 de abril de 2014.

interpretada en la liturgia católica hoy día. Así de vasta era su capacidad (Faz Mora, 2012).

Felipe pudo ser un buen arquitecto. Tuvo una inteligencia nata para la composición y el diseño de los espacios físicos. Sabía sacarle provecho a la luz natural de los lugares, al mejor acomodo de muebles, plantas y cuadros. Lograba transformar los espacios en sitios preñados de atmósferas amables y cálidas, dignos de ser habitados. “Le gustaba decir que para él el espacio era una partitura donde podía poner su música, porque el espacio era un lugar donde se musicalizaba la vida”.² No fue un arquitecto, pero hizo todo lo necesario y lo que estuvo a su alcance para hacer de este país un lugar de vida digno para los mexicanos y jaliscienses a través de su compromiso y trabajo como político y servidor público.

Felipe fue un político de una estirpe en proceso de extinción. En 1996 se incorpora a las filas del PAN, donde fue integrante del Comité Municipal de Zapopan y del Comité Estatal. De 1997 a 2000 fue diputado federal en la Legislatura LVIII, por el Distrito VI, con cabecera en Zapopan. En ese periodo fue miembro de la primera Comisión de Concordia y Pacificación (COCOPA) en Chiapas, abocada al diálogo para los acuerdos de pacificación entre el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) y el gobierno federal. Fue senador por Jalisco en las legislaturas LVIII y LVIX de 2000 a 2006. En esta última participó en la Comisión de Radio y Televisión del Senado con una actuación sobresaliente

2. Entrevista a Carlos Ramón Ortiz Tirado Kelly, realizada el 1 de abril de 2014.

en contra de las reformas a las leyes federales de Radio y Televisión y de Telecomunicaciones, la denominada “Ley Televisa”. En mayo de 2006, con Javier Corral, quien fuera su amigo y compañero de curul, y otros 45 senadores, promovieron una Acción de Inconstitucionalidad ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), en contra de 21 reformas que abiertamente violaban 27 preceptos constitucionales. El proceso judicial duró más de un año, y en agosto de 2007 la SCJN dio la razón a ese grupo de senadores.

Fue director de la empresa Medialog Guadalajara, dedicada a ofrecer servicios de información a través del monitoreo de medios de comunicación electrónicos. De 1995 a 1997 fue director ejecutivo y fundador de la Asociación de Municipios de Jalisco, AC. En 2008 fue fundador de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información, Capítulo Jalisco, donde tuve el privilegio de conocerlo, trabajar con él y aprender de él. Fue maestro universitario en el ITESO, columnista de *La Jornada Jalisco* y un prolífico escritor sobre temas diversos. Compartió con generosidad su pensamiento, a través de la escritura de aquello que consideró relevante, a través de un blog que tituló *Reflexiones para compartir*, que puede ser consultado en <http://felipevicencio.wordpress.com>. Los textos más antiguos datan de 1998, y el último que publicó, lo hizo unos días antes de su partida. En la administración del gobierno de Felipe Calderón Hinojosa fue nombrado delegado de la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol) por Jalisco, último cargo que desempeñó como servidor público.

Amigos, colegas, periodistas, funcionarios públicos, y personas que lo amaron, dejaron testimonio de su vida, aquí algunos de ellos:

Siempre vi en Vicencio a un personaje clave para el desarrollo político del partido, por su ascendencia panista, algo sumamente importante en el Partido Acción Nacional, por su formación académica, por su arrojo, pero sobre todo por sus inquietudes filosóficas e ideológicas. Ese era para mí Felipe Vicencio (Lara González, 2012).

Felipe Vicencio es de la generación de panistas que lograron la alternancia política en el estado [...] dentro de su propio partido era conciliador [...] era depositario de la doctrina panista más ligada al compromiso social, sobre todo aquella que veía por los intereses de los más pobres (Rocha, 2012).

Felipe Vicencio es de los pocos políticos de los que se puede decir que cruzó el pantano y salió impoluto [...] Conciliador como pocos, Felipe sabía ser duro cuando tocaba serlo [...] Con la muerte de Felipe, el PAN perdió un gran cuadro pero, Jalisco, un político muy confiable, de esos que hoy hay muy pocos (Petersen, 2012).

Brillante, firme sin dejar de ser gentil, sobriamente cordial, impresionaba por el peso de sus convicciones. Quería a Acción Nacional (era realmente parte de su familia [...]) Es inevitable preguntarse si queda alguien como él en Acción Nacional (y en el PRI y en el PRD y en los otros partidos) [...] Felipe Vicencio Álvarez vivió con pasión la política, pero una pasión alimentada por sus convicciones morales (CEPAD, 2012).

Quienes tuvimos el honor de conocer a Felipe Vicencio y de trabajar con él, lo recordaremos como un hombre

entregado a sus quehaceres políticos, como un demócrata que participó activamente en la vida pública de México y como una persona comprometida con la causa del derecho a la información (AMEDI nacional y AMEDI Jalisco).

Así, cuando despliego mi pensamiento y mi ánimo para analizar y tratar de comprender el México que ahora somos, no soy tímido al señalar la grave responsabilidad que recae en el “panismo”, pero también procuro no olvidar la trayectoria de alguien como Felipe para recordar que incluso ahí, en esas trincheras, existen personas íntegras y cabales cuyo rostro nos des-ideologiza para alejarnos, como canta Violeta Parra... *de rencores y violencia...* convocando al... *amor con su ciencia* (Faz Mora, 2012).

Su búsqueda espiritual estuvo orientada a un sentido hondo y comunitario de la vida. Era profunda y de horizontes amplios. El horizonte de Felipe fue articular su búsqueda en la esfera pública. Su ser espiritual le dio mucha fuerza en su persona. Encarnaba en Felipe un hombre íntegro, consistente, buscador, divertido. Felipe estaba convencido de ciertos principios panistas, y su identificación con el partido no era completa. Tomaba distancia del PAN siendo militante. Había quienes decían que era el más perredista de los panistas.³

3. Entrevista a Carlos Ramón Ortiz Tirado Kelly, realizada el 1 de abril de 2014.

El 15 de febrero de 2011, Felipe publicó un texto con el título “Muertos” dedicado a su padre don Abel Vicencio Tovar, y nos dice:

Celebramos a los muertos porque quisiéramos vivir siempre; porque algo de nosotros se fue con ellos y no nos resignamos a perderlo; porque llevamos dentro el anhelo de trascender e intuimos que quienes ya no están en este mundo no se han ido del todo y nos pueden guiar hacia algún lugar mejor. Con el humo del copal y los pétalos de cempasúchitl marcamos el camino para que los muertos vengan. Los guiamos de vuelta para que ellos nos acompañen de ida, porque no nos resignamos a que la muerte —el acto más radicalmente solitario— nos aleje de todo y de todos. Celebramos a los muertos porque en nuestro breve paso por el mundo no conseguimos todas las respuestas. “¿Acaso de verdad se vive en la tierra? —se pregunta el sabio náhuatl. No para siempre en la tierra: sólo un poco aquí. Aunque sea jade se quiebra, aunque sea oro se rompe, aunque sea plumaje de quetzal se desgarrar, no para siempre en la tierra: sólo un poco aquí”. La comunión con los muertos nos ayuda a comprender mejor la vida (Vicencio, 2011c).

Recordar a Felipe Vicencio en este Informe Q 2013, representa reconocerlo como a alguien que mediante su trabajo y compromiso cultivó con vigor y anhelo una apuesta por hacer de este país un lugar digno, humano y justo.

Porque la esperanza que se funda en la conciencia de la realidad presente, pero al mismo tiempo en la certidumbre de que puede tener un mejor futuro. Porque se

cree en ello, se confía, se espera, a pesar de la inherente incertidumbre del mañana. Pero la esperanza auténtica no es sólo pasiva expectación de lo que vendrá, sino acción, incluso atrevimiento de avanzar a lo que se aspira. Se dice con razón que nadie muere por una idea; sin embargo, cuando se cree firmemente que esta idea puede ser el futuro, sí hay quien dé la vida por ella; en un instante o durante muchos años (Vicencio, 2011a).

Recordarlo es mantenerlo presente en el corazón y en la razón; es aceptar que se ha ido, pero también que permanece. Que su ausencia que se hace presente, nos ayude en la brega sin cejar.

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

Análisis de contenido de artículos de opinión en la prensa de Guadalajara

LUIS DANIEL VÁZQUEZ SALCEDO
Y ANA LAURA PEREGRINA TOSTADO

Los líderes de opinión son considerados “individuos que sobresalen de los demás por su interés y sus opiniones con respecto a los temas del momento” (Santamaría, 2000: 22), por ello sus publicaciones suelen influir en las opiniones y acciones de las personas, y en caso de no cambiar la mentalidad del lector, confirman la que ya tienen.

Se deben considerar como elementos fundamentales para la creación de una opinión pública a los artículos de opinión, ya que son la parte crítica del medio y es el espacio en donde se ofrece una orientación interpretativa específica a la ciudadanía. Por esta razón es relevante conocer las posturas ideológicas, tendencias y temáticas que tienen los autores en los artículos de opinión, en este caso de la prensa tapatía, las cuales, aunque no necesariamente se apegan a la línea editorial del medio, sí reflejan la postura del mismo.

En el observatorio QITESO: Análisis Crítico de Medios, maestros y alumnos realizaron una investigación para conocer las tendencias temáticas e ideológicas de los columnistas de la prensa tapatía. La investigación fue coordinada por el profesor Juan Larrosa-Fuentes.

Esta investigación se realizó mediante una observación crítica de los artículos de opinión que se publican en algunos diarios generalistas de Guadalajara, a través

de un análisis de contenido que permite ver un panorama acerca de las tendencias temáticas y posturas ideológicas predominantes en estas publicaciones.

Como en toda investigación, fue necesario plantear una pregunta central que orientara la búsqueda, que fue formulada de la siguiente manera:

¿Cuáles son las tendencias temáticas de los artículos de opinión que publican los periódicos generalistas de Guadalajara, así como las posturas ideológicas de los autores en cuanto a temas de relevancia social?

Adicionalmente se formularon algunas preguntas secundarias que ayudaron a concretar la pregunta general de investigación. Las preguntas secundarias fueron:

- ¿Cuáles son los temas y actores que se presentan en las columnas de opinión?
- ¿A cuáles temas y actores se les otorga más importancia en los artículos de opinión de los periódicos generalistas de Guadalajara?
- ¿En qué medida los artículos se respaldan en otros actores, instituciones o fuentes de información para crear una opinión? Y en caso de que sí exista ese respaldo o apoyo, ¿en quiénes y con qué frecuencia?
- ¿Qué nivel de referencia geográfica tienen los temas que se presentan en las columnas de opinión de los periódicos generalistas de Guadalajara?
- ¿Existen posturas similares entre los autores de los artículos de opinión de los diferentes periódicos generalistas de Guadalajara?

- ¿Con cuánta claridad se expone la postura del autor dentro del artículo de opinión?

Para responder a las preguntas anteriores sobre las tendencias temáticas y las posturas ideológicas de los autores en cuanto a temas de relevancia social, se propuso un diseño de investigación sustentado en la metodología de análisis de contenido.

El análisis de contenido es una de las metodologías más utilizada en los estudios de medios de comunicación. Su aplicación científica se remonta a las primeras décadas del siglo XX, esto ha permitido depurarla y perfeccionarlo, debido a la gran cantidad de trabajos realizados por investigadores en todo el mundo. El análisis de contenido ayudó a construir un panorama general sobre los temas y posturas que tratan en los artículos de opinión de los periódicos generalistas de Guadalajara.

Según Wimmer y Dominick (2001: 136-138) el análisis de contenido tiene diversos usos. Uno de ellos es describir el contenido de la comunicación; también sirve para comprobar hipótesis sobre las características de los mensajes; otra utilidad radica en comparar el contenido de los medios de comunicación con sus referentes en el mundo real, ya que el análisis permite verificar si aquello que se dice tiene relación con lo que sucede en la realidad de la sociedad o si se están estableciendo prejuicios previos sobre esta; otro uso recurrente del análisis de contenido es establecer un punto de partida para estudiar los efectos de los medios de comunicación en sus audiencias.

Ahora bien, esta metodología no sirve únicamente para analizar y deconstruir los mensajes, el análisis de contenido es, además, una

[...] técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto [...] Gran parte de la investigación del análisis de contenido intenta realizar la búsqueda de técnicas para inferir, a partir de datos simbólicos, lo que mediante el uso de otras técnicas resultaría imposible conocer, o sería excesivamente costoso, o provocaría un alto grado de intromisión (Krippendorff, 2002: 28 y 74).

Para el caso de la investigación que nos ocupa, el análisis de contenido sirvió para construir un panorama general sobre los temas y las posturas que se exponen en los artículos de opinión de los periódicos generalistas de Guadalajara.

Como universo de esta investigación se consideró el contenido de todas las columnas de opinión publicadas en cuatro diarios: *El Informador*, *Milenio Jalisco*, *Mural* y *La Jornada Jalisco*. Estos diarios son los de mayor circulación en la zona metropolitana de Guadalajara.

Los periódicos fueron analizados en sus publicaciones de los siete días de la semana, que no son gratuitos y que tienen una distribución estatal. Esta investigación fue realizada durante las tres primeras semanas de marzo 2010 y marzo 2011. De cada uno de los periódicos se recolectaron 21 ejemplares, recogidos de lunes a domingo.

De estos periódicos se seleccionaron artículos de opinión y columnas editoriales, bajo las siguientes características:

- Artículos de opinión o columnas editoriales que fueron escritos por hombres o mujeres que viven en el estado de Jalisco, es decir, textos de producción local.

- Textos que expresan una opinión individual. Se excluyeron los editoriales, textos de colectivos o que no están firmados.
- Textos relacionados con la política, economía y sociedad local. Se excluyeron textos deportivos, culturales, internacionales, financieros y de suplementos comerciales.
- Se excluyeron todas las columnas o los artículos cuyo tema central fue de orden nacional o internacional.
- De cada uno de los periódicos se analizó a un columnista que escriba de lunes a viernes, es decir, los cinco días laborales de la semana.
- De cada uno de los periódicos se analizaron los textos de tres colaboradores que escriban una vez por semana.

Las unidades de análisis que se consideraron para esta investigación son cada uno de los artículos de opinión seleccionados de cada periódico.

En el cuadro 11.1 se muestra el medio, las columnas y los columnistas que fueron monitoreados y analizados en esta investigación.

Además, se hizo una categorización en la cual se planea encontrar el enfoque con el cual los columnistas tratan el tema en cuestión, refiriéndonos a que puede haber posturas positivas, balanceadas y negativas. Algo similar intentó hacerse con los actores e instituciones mencionados dentro de las mismas columnas, para saber cuál es el trato que los autores les dan, solo que en este caso la categorización se hizo en cuatro aspectos: negativo, neutro, positivo y balanceado.

Es importante aclarar que a diferencia de un encuadre balanceado, en el cual pueden aparecer opiniones tanto

CUADRO 11.1 MEDIOS, COLUMNAS Y COLUMNISTAS SELECCIONADOS

Periódico	Columna	Columnista
La Jornada Jalisco	Ágora	Juan Carlos G. Partida
	El Loby	Raúl Torres
	Sin nombre	Felipe Vicencio Álvarez
	Sin nombre	Jorge Rocha
Mural	Puntos y Contrapuntos	Pedro Mellado
	Sin nombre	Juan García de Quevedo
	Sin nombre	David Gómez Álvarez
	Sin nombre	Rogelio Campos
Milenio Jalisco	Radar	Jaime Barrera Rodríguez
	Opinión	Salvador Cosío Gaona
	Sin nombre	Rubén Martín
	Sin nombre	Gabriel Torres Espinoza
El Informador	En tres patadas	Diego Pettersen Farah
	Palestra 20	Jorge O. Navarro
	Al margen del poder	Jorge Regalado Santillán
	Temas para reflexionar	Flavio Romero de Velasco

Fuente: Q ITESO, 2013.

negativas como positivas a favor o en detrimento de algún actor, en los encuadres neutros no se realizan aseveraciones positivas o negativas.

RESULTADOS

Temas en las columnas de opinión y posturas de los autores

En el análisis de contenido se tomaron en cuenta 177 columnas de los distintos diarios, de las cuales, sin hacer aún

CUADRO 11.2 TEMAS DE LAS COLUMNAS

Temas	Total
Política	123
Problemáticas sociales	29
Economía	6
Ambiental	6
Medios de comunicación	4
Religiosos	3
Educación	2
Cultura	2
Otro	1
Ciencia	1
Total	177

Fuente: QITESO, 2013.

distinción entre cada medio, 123 se enfocaron a la política (70%). Le sigue el tema de problemáticas sociales con 29 textos (16%). Posteriormente, los temas con el mayor número de menciones fueron los ambientales y económicos, con seis columnas cada uno, que representan 3% únicamente. La temática de ciencia quedó relegada con una sola aparición en el total las columnas. Los datos se pueden ver detallados en el cuadro 11.2.

De acuerdo con la categorización ya presentada, y con base en los datos del cuadro 11.3, *La Jornada Jalisco* solo tocó tres temas: política, problemáticas sociales y economía, mientras que *Mural* publicó columnas de cuatro temas distintos: ambiental, ciencia, política y problemática social. *Milenio Jalisco* y *El Informador* mostraron un mayor balance, con siete y ocho temas diferentes, respectivamen-

CUADRO 11.3 DISTRIBUCIÓN DE TEMAS EN LOS CUATRO PERIÓDICOS

Tema	<i>El Informador</i>	<i>La Jornada Jalisco</i>	<i>Milenio</i>	<i>Mural</i>	Total
Política	27	34	24	38	123
Problemáticas sociales	9	4	6	10	29
Ambiental	3	0	2	1	6
Cultura	2	0	0	0	2
Medios de comunicación	2	0	2	0	4
Religiosos	2	0	1	0	3
Economía	1	1	4	0	6
Otro	1	0	0	0	1
Ciencia	0	0	0	1	1
Educación	0	0	2	0	2
Total	47	39	41	50	177

Fuente: Q ITESO, 2013.

te. La investigación indicó que de esas 177 columnas, 69.5% tienen una postura negativa, 24.3% una postura balanceada y 6.2% una postura positiva.

Se descubrió que en todos los periódicos el tema con mayor frecuencia de aparición fue el político. El diario que le dedicó más espacio a artículos de este tema fue *La Jornada Jalisco* con 87%, seguido de *Mural* con 76%. *Milenio Jalisco* y *El Informador* escribieron 59% y 57% de sus columnas sobre política, respectivamente. Específicamente en este tema, se indicó que 73% de las columnas tuvo un tratamiento negativo, 23% están balanceadas y solo 4% habló de manera positiva.

CUADRO 11.4 ENCUADRE DE LOS ACTORES MÁS MENCIONADOS

Actores	Negativo	Neutro	Positivo	Balanceado	Total
Emilio González Márquez	43	14	0	2	59
Jorge Aristóteles Sandoval Díaz	15	11	2	2	30
Enrique Alfaro	10	13	3	1	27
Raúl Padilla	18	5	1	1	25
Felipe Calderón	13	4	1	3	21
Héctor Vielma	5	6	1	0	12
Abraham González Uyeda	7	2	2	0	11
Alfredo Argüelles Basave	10	1	0	0	11
Andrés Manuel López Obrador	3	6	0	2	11
Enrique Peña Nieto	5	6	0	0	11
Fernando Guzmán	7	4	0	0	11
Beatriz Paredes	3	5	2	0	10
Total	139	77	12	11	239

Fuente: QITESO, 2013.

Actores que aparecieron en las columnas

En el total de las columnas analizadas (177) se encontraron 824 menciones a actores. 95% de las menciones fue a actores masculinos. En el cuadro 11.4 se describe la frecuencia de los encuadres de los 12 actores que obtuvieron diez o más menciones. Emilio González Márquez, entonces todavía gobernador de Jalisco, fue el actor más mencionado en las columnas incluidas dentro de las fechas del muestreo, con aparición en 59 columnas, que representan 7% del total. Cabe destacar que del total de las menciones al exgobernador de Jalisco, 75% tuvieron un enfoque negativo. Esta tendencia de aparecer mayoritariamente con

encuadres negativos se repitió con siete de los 12 actores. En orden descendente siguió Jorge Aristóteles Sandoval con 4%; Enrique Alfaro y Raúl Padilla obtuvieron 3% del total de las menciones cada uno.

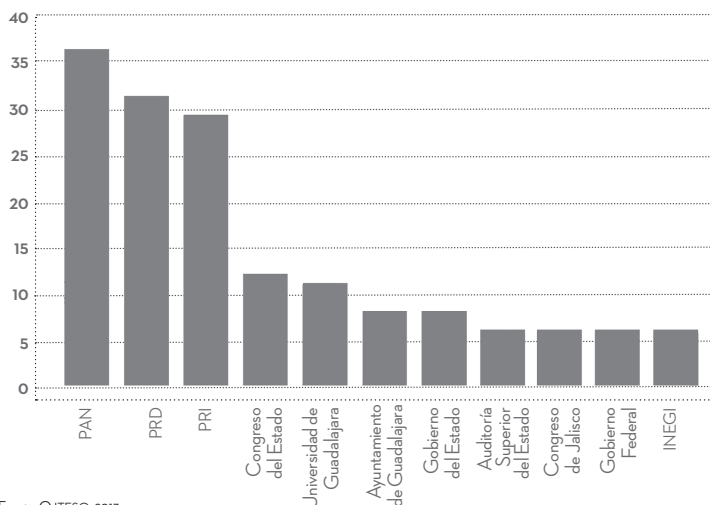
Con esta información se podrían fundamentar algunas hipótesis generadas, como la mala imagen que tienen los políticos, no solo en las esferas académicas y por analistas o expertos en el tema sino que es una idea que se ha expandido a la sociedad en general.

También se puede interpretar que los medios locales, al menos los cuatro elegidos para este análisis, mantienen una línea editorial crítica hacia la esfera política. Lo que no hay que aseverar es que todos tengan la misma postura ideológica, pues no necesariamente hablaron de los mismos actores y sobre los mismos hechos de manera negativa.

De los 12 actores que tuvieron diez menciones o más, 11 están relacionados con cargos políticos; Raúl Padilla es el único que no está “directamente” vinculado con un cargo político, sin embargo, su papel como líder de la Universidad de Guadalajara sí le otorga un poder considerable. Es necesario analizar más a fondo esta afirmación, pues es sabido que, aunque Padilla no se desenvuelve abierta y públicamente en las esferas de las instituciones políticas, sí lo hace desde el interior de la Universidad de Guadalajara, y por medio de esta tiene incidencias con consecuencias que van fuera de lo estrictamente institucional.

A partir de estos resultados se puede intuir que los diez actores que acumularon más menciones fueron los que tuvieron un mayor grado de participación o influencia en el entorno político durante el periodo analizado. También nos sirve como indicador del grado de concentración al

GRÁFICA 11.1 INSTITUCIONES MÁS MENCIONADAS EN LAS COLUMNAS DE OPINIÓN



Fuente: QITESO, 2013.

que está sujeta la vida política del país o estado, ya que únicamente 12 de los actores citados fueron mencionados más de diez veces.

Instituciones mencionadas en los artículos de opinión

A diferencia de como sucedió con los actores, los columnistas hicieron mención a instituciones en 502 ocasiones. El total de las menciones fueron repartidas entre 269 instituciones diferentes, de las cuales solo cinco obtuvieron más de cinco menciones: Partido Acción Nacional (PAN) con 7%, Partido de la Revolución Democrática (PRD) con 6%, Partido Revolucionario Institucional (PRI) con 6%, Congreso del Estado con 2% y Universidad de Guadalajara con 2%.

Al igual que en los temas de las columnas, la dimensión política predomina ya que cuatro de las cinco instituciones se desarrollan directa y principalmente en la esfera política y, al igual que Raúl Padilla fue el único de los actores más mencionados que no está relacionado con un cargo público, lo mismo sucedió con la Universidad de Guadalajara, al ser la única institución que no es de índole política sino educativa.

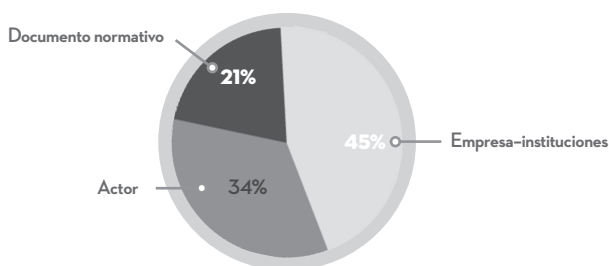
Los encuadres con que se habló de las instituciones más mencionadas mostraron un mayor balance, diferenciándose de lo sucedido con los actores, donde prevalecieron las opiniones negativas. En el caso del PRD, PRI, el Congreso del Estado y el Ayuntamiento de Guadalajara hubo un empate en los porcentajes de encuadres negativos y neutros.

Esto —nuevamente contrario a lo que representan los actores por sí solos—, probablemente sí deja ver las cuestiones ideológicas y editoriales bajo las cuales se rigen los medios analizados, pues aunque se habla de manera negativa sobre algunas instituciones, también se prefiere emitir mensajes neutros, que pueden deberse a las relaciones que los diarios tienen con alguna de ellas.

Fuentes de información citadas en las columnas

En tres cuartas partes (75%) de las columnas de opinión que fueron elegidas para el análisis, los columnistas no citaron ningún tipo de fuente. Del 25% restante que sí empleó información referenciada a alguna fuente, 45% citó a empresas o instituciones, 34% tomó como fuente a actores o personas, y 21% de esas columnas presentó información proveniente de algún documento normativo. Este resultado corrobora que el objetivo de las columnas es emitir

GRÁFICA 11.2 PRESENCIA DE FUENTES EN LAS COLUMNAS DE OPINIÓN



Fuente: Q ITESO, 2013.

una opinión acerca de un tema y no informar o explicar acontecimientos.

Sin embargo —esto ya es sabido—, lo relevante de los datos antes mostrados es que, aun cuando se trate de dar una opinión, esta debe estar fundamentada con datos o argumentos lógicos, pues de no hacerlo se corre el riesgo de perder credibilidad, ya que no hay información bajo la cual respaldar y defender las opiniones del columnista. Por lo tanto, valdría la pena prestar más atención y ser más analíticos con los columnistas que escribieron los textos pertenecientes a esas tres cuartas partes de las columnas que no citaron referencia alguna.

Las fuentes más utilizadas, empresas e instituciones, proporcionaron datos duros verificables que son a los que acude ese mencionado 45% de columnas para respaldar sus opiniones, como se puede corroborar en la gráfica 11.2.

De los periódicos analizados, el que más usa fuentes en sus columnas es *Milenio Jalisco* con 37%, y el que menos las consulta es *Mural* con 18%. Con esto podemos ver que el poco uso de las fuentes en los artículos de opinión se debe

a que las columnas se redactan con el objetivo de emitir una exposición sin más fundamento que la visión de un individuo, una institución o una empresa, no de explicar, contextualizar o analizar a fondo algún evento, incluso opinar, que en sí mismo no sería malo.

Posturas similares entre autores

Todos los autores analizados escribieron sobre el tema de política, a excepción de Juan Pablo Becerra de *Milenio Jalisco*, quien escribió tres columnas sobre problemáticas sociales. De esos autores que hablaron de política, todos lo hicieron con un encuadre negativo al menos una vez.

Con este análisis encontramos que todos los columnistas de *El Informador*, *Milenio Jalisco* y *La Jornada Jalisco* decidieron una mayoría de encuadres negativos para sus notas, lo cual no significa que sus líneas editoriales e ideológicas sean similares, pues, como ya se dijo, los actores e instituciones de los cuales escribieron negativamente no son siempre los mismos.

Geografía noticiosa

De las 177 columnas analizadas, 114 hablaron sobre acontecimientos locales (64%). Respecto de eventos con relevancia nacional encontramos 28%, y 8% de origen internacional. Mas no hay que confundirse, la totalidad de las columnas analizadas fueron escritas por columnistas pertenecientes a los diarios ya mencionados, por lo tanto son de producción local.

El periódico que dio más prioridad a hechos locales fue *Mural*, con 74% de sus columnas, lo cual es congruente ya

CUADRO 11.5 GEOGRAFÍA NOTICIOSA

Periódicos	Local	Nacional	Internacional	Total
<i>El Informador</i>	27	16	4	47
<i>La Jornada Jalisco</i>	26	11	2	39
<i>Milenio</i>	24	12	5	41
<i>Mural</i>	37	10	3	50
Total	114	49	14	177

Fuente: QITESO, 2013.

que, aunque pertenece al Grupo Reforma, con ese nombre solo existe, pero tiene sus oficinas de redacción en la zona metropolitana de Guadalajara. La localización geográfica de los periódicos y de sus columnistas repercute directamente en la selección de los temas y la perspectiva geográfica con la que serán tratados. Aunque todos los medios analizados son locales, dos de ellos (*La Jornada Jalisco* y *Milenio*), por pertenecer a un grupo editorial mayor y tener el mismo nombre en otra ciudad del país, son más propensos a incluir columnas que no necesariamente fueron producidas localmente.

CONCLUSIONES

La investigación arrojó algunos datos que parecían ser obvios pero era necesario corroborar, por ejemplo, se comprobó la principal hipótesis: que las tendencias temáticas de las columnas dejaron de lado algunos temas como los ambientales y culturales para darle preferencia al tema político. Se encontró que los periódicos generalistas de Guadalajara sí dan prioridad a temas relacionados con el

estado de Jalisco, como se ve en el cuadro 11.5, donde 114 de las 177 columnas analizadas fueron locales, lo cual puede interpretarse como un aspecto positivo.

Habría que estudiar la razón y con qué motivos el tema de política es el que toma más importancia en las columnas de opinión. Podría ser que es el tema que más información produce o que es un tema cómodo para ellos, pues este es el medio en que se desenvuelven. Lo seguro es que la política siempre será un tema que estará presente y es de interés en diversos círculos y problemáticas sociales, por lo tanto, se garantiza habrá información de la cual hablar.

Por el momento, de acuerdo con los resultados que la investigación arrojó, es claro que ese 73% de columnas que habló sobre política con un encuadre negativo, tiene un alto grado de representatividad de las 177 columnas analizadas en total. Esto sin mencionar el alto porcentaje de negatividad con que se habló de los principales actores mencionados.

Sin embargo, habría que hacer un análisis más cualitativo, donde se tomen en cuenta aspectos contextuales y coyunturales para saber si realmente podemos presumir de tener unos medios generalistas críticos, o si solo se tiene la intención de generar perjuicio a ciertos actores e instituciones. Sobre todo recordando que 75% de las columnas no presentó información citada de alguna fuente externa al propio medio.

Respecto de Raúl Padilla y la Universidad de Guadalajara, que fue el único actor y la única institución no relacionados directamente con la esfera política, pero que sí tuvieron porcentajes de menciones al mismo nivel que otros actores e instituciones de dicha esfera, sería conveniente ir directamente a las notas para saber en qué contexto se

habla de estos. Aún sin tener esas referencias, no podemos dejar de analizar a este personaje y la institución a la cual pertenece fuera del contexto político, pues por hechos que no se desarrollan en este análisis, muchas veces hemos visto el poder que pueden llegar a tener fuera del marco estrictamente institucional educativo.

Cerrando esta cuestión sobre la política, la pregunta sería ¿para quién escriben los columnistas si no es para los mismos políticos? Afirmamos esto pues, como se dijo anteriormente, hay una concentración de información política y de los actores que en ella se desempeñan, siendo solo 12 personajes los que obtuvieron diez menciones o más.

Pero inicialmente la pregunta tenía otro objetivo que después remite a la afirmación anterior. Nos quejamos de que la gente de a pie —como solemos categorizarla— prefiere omitir los temas de política, ya sea por desinterés, desinformación, incredulidad, aburrimiento; entonces ¿por qué empeñarse tanto en escribir columnas de opinión sobre política? De regreso a la pregunta inicial, entonces ¿para quién escriben los columnistas? Hay que apuntar que, esto no es una afirmación para querer decir que se deje de hablar de política, pues el problema del desinterés tiene muchas implicaciones; solo es una especie de conclusión que intenta incitar a una mayor reflexión para quienes escriben y la manera en que lo hacen.

De nuevo, cabe aclarar que los autores de las columnas son quienes emiten una opinión personal sobre un tema en el periódico para el que escriben, mas no significa que el medio deje de respaldar dichas opiniones, pues de alguna manera se encuentran dentro de su línea editorial e ideológica, de lo contrario no se publicarían. Aunque esto no evita que las posturas de los medios permanezcan

difusas, hace falta que los diarios establezcan una postura ideológica que permita formar consumidores críticos, objetivo que se puede lograr informando y sin dejar de lado el aspecto mercantil, ya que también buscan ser negocios redituables económicamente.

Por último, y de acuerdo con los datos desarrollados a lo largo del análisis, la principal conclusión podría ser que, si bien la política es un tema de relevancia social que se debe vigilar, existen otros temas que atañen como la cultura, la ciencia y la educación, los cuales también deberían de rescatarse en una agenda de análisis y opinión.

Bibliografía

- Acosta García, Raúl G. (2012). “El diálogo y su calidad. Agenda de investigación sobre una herramienta social cotidiana”. En Acosta García, Raúl (coord.) *El diálogo como objeto de estudio. Aproximaciones a un proceso cotidiano y a su calidad*. Guadalajara: ITESO.
- Acosta García, Raúl G; Juan Larrosa-Fuentes y Sofía Paláu Cardona (2014). “Decisiones públicas sin diálogo público: análisis de los argumentos sobre el caso de la Vía Expres vertidos en la prensa de Guadalajara”. En *Comunicación y Sociedad*. Núm.21. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Alonso González, José Rubén (2007). *Leyes de transparencia y acceso a la información pública gubernamental locales: la emergencia del derecho a la información*. México: CIESAS.
- Álvarez de Vicencio, María Elena (2012). “Quería cambiar al país, hacer política”. En *Bien Común*. Núm.208. México: Fundación Rafael Preciado Hernández, mayo [DE disponible en: http://www.fundacionpreciado.org.mx/biencomun/bc208/ME_Alvarez.pdf, consultada el 2 de abril de 2014].
- Article 19 (2014). *Disentir en silencio. Violencia contra la prensa y criminalización de la protesta, México, 2013*. México: Article 19, 10 de febrero [DE disponible en: http://www.articulo19.org/wp-content/uploads/2014/03/Art19_Informe2013web.pdf].

- Article 19 y Centro Nacional de Comunicación Social, CENCOS (2008). *Protocolo para el registro, documentación y seguimiento de agresiones a periodistas*. México: CENCOS / Article 19 [DE disponible en: <http://www.libertad-expresion.org.mx/wp-content/uploads/2009/01/cencos-protocoloweb.pdf>, consultada el 1 de noviembre de 2013].
- Ávila, Jonathan (2013). “¿TV oficial u oficialista?”. En *Reporte Índigo*. Monterrey: Reporte Índigo, 28 de noviembre [DE disponible en: <http://www.reporteindigo.com/reporte/guadalajara/tv-oficial-u-oficialista>, consultada el 5 de abril de 2014].
- Bautista, Jacobo (2012). “Jennifer L. Utterback / Directora General Publimetro México”. En *Líderes Mexicanos*. México: Ferráez Comunicación [DE disponible en: <http://lideresmexicanos.com/2012/07/23/utterback/>].
- Blas Alvarado, Perla Araceli (2011). “Las condiciones laborales de los periodistas en Guadalajara”. En *Informe 2011 Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco*. Guadalajara: ITESO.
- Camacho, José Luis (2011). “Verticalidad en medios públicos y crisis de las defensorías”. En *Zócalo*. Año XI, núm.136, pp. 16-18.
- Castells, Manuel (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Centro de Justicia para la Paz y el Desarrollo, CEPAD (2012). “Felipe Vicencio”. En CEPAD. Blog, 5 de noviembre [DE disponible en: <http://cepad.org.blogspot.mx/2012/11/felipe-vicencio-mepreocupa-la-presencia.html>].

- Centro de Periodismo y Ética Pública, CEPET (2012). “Mensaje enviado a lista de correo forocepnet.utlists.utexas.edu con título: [CEPET] Fotógrafo de Milenio y Medios UDG, agredido por priísta”. México: CEPET, 27 de junio.
- Chávez, Víctor (2012). “Por causar pánico entre la población, 11 voceadores fueron detenidos por la policía de Colotlán”. En *UDG Noticias*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 22 de octubre [DE disponible en: <http://medios.udg.mx/node/19923>, consultada el 1 de marzo de 2014].
- Comisión Estatal de Derechos Humanos Jalisco, CEDHJ (2011). *4º informe de actividades 2010*. Guadalajara: CEDHJ [DE disponible en: <http://cedhj.org.mx/informes/informe-2010.pdf>, consultada el 28 de diciembre de 2013].
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos, CIDH (2011). *Informe especial sobre la libertad de expresión en México 2010*. Washington: OEA, 7 de marzo [DE disponible en: http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/paises/2010%20FINAL%20CIDH%20Relatoría%20Informe%20Mexico%20Libex_esp-1.pdf, consultada el 16 de febrero de 2014].
- Comunicación e Información de la Mujer, CIMAC (2011). *Informe diagnóstico. Violencia contra mujeres periodistas. México, 2010-2011*. México: CIMAC [DE disponible en: http://www.cimac.org.mx/cedoc/publicaciones_cimac/Informe_violenciacontramujeresperiodistas.pdf, consultada el 1 de diciembre de 2013].

- Covarrubias, Denisse (2014). “Primer Informe de Gobierno: 10 momentos de Aristóteles Sandoval”. En *Unión Jalisco*. México: El Universal Online / Uno TV, 3 de febrero [DE disponible en: <http://www.unionjalisco.mx/articulo/2014/02/03/gobierno/guadalajara/primer-informe-de-gobierno-10-momentos-de-aristoteles-sando>, consulta el 15 de marzo de 2014].
- Covarrubias, Jorge y Gloria Reza (2014). “Aristóteles Sandoval: Los compromisos olvidados”. En *Proceso Edición Jalisco*. México: Proceso, 8 de febrero [DE disponible en: <http://www.proceso.com.mx/?p=364360>, consulta el 30 de marzo de 2014].
- Cueva, Jorge Zul de la (2012). “Carta”. En *El Informador*. Guadalajara: El Informador, 26 de junio.
- Demers, François y Alain Lavigne (2007). “La comunicación pública: una prioridad contemporánea de investigación”. En *Comunicación y Sociedad*. Núm.7 Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Edo, Concha (2005). “El éxito de los gratuitos hace más visible la crisis de la prensa diaria de pago”. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Núm.11. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- “Estatuto del *ombudsman* de Público” (2002). En *Público*. Guadalajara: Público, 6 de enero.
- Farías Batlle, Pedro y Sergio Roses Campos Farías (2009). “La crisis acelera el cambio del negocio informativo”. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Núm.15. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

- Faz Mora, Martín (2012). “Perdón por la tristeza. A la memoria de Felipe de Jesús Vicencio Álvarez (1959–2012)”. En *La Jornada de San Luis*. San Luis Potosí: La Jornada, 18 de octubre [DE disponible en: <http://www.lajornadasanluis.com.mx/2012/10/18/wfazmora.php>].
- Fundación Manuel Buendía (1999). *Recuento de daños 1998. Un acercamiento al estado de las libertades de expresión e información en México*. México: Fundación Manuel Buendía / CENCOS / Academia Mexicana de Derechos Humanos / Sindicato Nacional de Redactores de Prensa [DE disponible en: <http://issuu.com/fundacionmanuelbuendia/docs/recuentodedaños1998/1?e=3066263/9059513>, consultada el 28 de diciembre de 2013].
- García Rubio, Claudia I. (2013). “Radiografía de la prensa diaria en México en 2010”. En *Comunicación y Sociedad*. Núm.20. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Gobierno del Estado de Jalisco (2014). “Transparencia de Gastos de Difusión en Medios”. Guadalajara: Gobierno del Estado de Jalisco [DE disponible en <https://gobiernoonline1.jalisco.gob.mx/comsocial/Comsocial?accion=7>].
- Gorostieta, Abraham (2013). “La historia de un editor: Entrevista con Ignacio Rodríguez Reyna”. En *Revista Mexicana de Comunicación*. México: RMC / Fundación Manuel Buendía [DE disponible en: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2013/06/17/la-historia-de-un-editor-entrevista-con-ignacio-rodriguez-reyna/>].

- Herrera Damas, Susana (2006). “¿Por qué un defensor de la audiencia en los medios latinoamericanos?”. En *Revista F@ro-Monográfico*. Año 2, núm.4. Valparaíso.
- Hughes, Sallie (2009). *Redacciones en conflicto: el periodismo y la democratización en México*. México / Guadalajara: Miguel Ángel Porrúa / Universidad de Guadalajara.
- Human Rights Committee (2011). *General comment No. 34*. Ginebra: CCPR-ONU, 12 de septiembre [DE disponible en: <http://www2.ohchr.org/english/bodies/hrc/docs/GC34.pdf>].
- Instituto Federal Electoral, IFE (2013). *Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2013*. México: IFE [DE disponible en: http://www.ife.org.mx/documentos/JGE/acuerdos-jge/2013/SO22julio2013/JGE020713ap 6-1_x1.pdf].
- Jalisco Cómo Vamos (2013). *¿Cómo nos vemos los tapatíos? Segunda Encuesta de Percepción Ciudadana Sobre Calidad de Vida 2012*. México: Jalisco Cómo Vamos.
- Kinder, Donald R. y Shanto Iyengar (1989). *News that matters: television and American opinion*. Chicago: University of Chicago Press.
- Krippendorff, Klaus (2002). *Metodología de análisis de contenido. Teoría práctica*. Barcelona: Paidós.
- Lara González, Carlos Alberto (2012). “Ese era Felipe Vicencio”. En *El Informador*. Guadalajara: El Informador, 20 de octubre [DE disponible en: <http://opinion.informador.com.mx/Tertulia/2012/10/20/ese-era-felipe-vicencio/>].
- Larrañaga, Julio (2009). “La demanda de los periódicos impresos y online: un análisis económico”. En *Ámbitos*. Núm.18. Sevilla: Universidad de Sevilla.

- Larrosa Fuentes, Juan (2013). “Notas de un periodista indignado”. En *Sistema Autorreferencial*. Blog, 9 de mayo [DE disponible en: <http://autorreferencial.wordpress.com/2013/05/09/s-o-s-periodistas-en-vias-de-extincion/>].
- (2014). “*La Crónica de Hoy Jalisco*, periodismo local, de capital foráneo”. En *Sistema Autorreferencial*. Blog. [DE disponible en: <http://autorreferencial.wordpress.com/2014/01/19/la-cronica-de-hoy-jalisco-periodismo-local-de-capital-foraneo/>].
- Llamas Sánchez, Araceli (2008). “Los receptores son los verdaderos amos”. En *La Gaceta de la Universidad de Guadalajara*. Núm.530. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 9 de junio.
- “Los correos del público” (2012). En *Milenio Jalisco*. Guadalajara: Grupo Milenio, 26 de junio.
- Loza, Issac de (2014). “Gastan 15 mil dólares en promoción de #InformeAristóteles en Twitter”. En *El Informador*. Guadalajara: El Informador, 5 de febrero [DE disponible en: <http://www.informador.com.mx/jalisco/2014/511341/6/gastan-15-mil-dolares-en-promocion-de-informearistoteles-en-twitter.htm>, consultada el 30 de marzo de 2014].
- Masini Aguilera, José Bernardo (2012). “Disposiciones pendulares: el PAN y la transparencia en Jalisco”. México. Mimeo.
- Martín, Rubén (2014). “Aristóteles: un año de continuidad y propaganda”. En *El Respetable*. Guadalajara: El Respetable, 4 de febrero [DE disponible en: <http://www.elrespetable.com/item-col-ruben-martin-so-aristoteles-primer-informe-propaganda>].

- McCombs, Maxwell E. y Amy Reynolds (2008). “How the news shapes our civic agenda”. En Bryant, Jennings y Mary Beth Oliver (eds.) *Media effects: advances in theory and research*. Nueva York: Routledge.
- Metro (2011). “Metro launches Guadalajara, its third edition in Mexico”. Estocolmo: Metro [DE disponible en: http://www.metro.lu/lang/en/press_release/metro-launches-guadalajara-its-third-edition-in-mexico/].
- Núñez Bustillos, Juan Carlos (2011). “Mi última columna como Defensor”. En *Público*. Guadalajara: Público, 29 de mayo.
- (2012). “El defensor del lector como mediador de un diálogo de calidad”. En Acosta García, Raúl (coord.) *El diálogo como objeto de estudio. Aproximaciones a un proceso cotidiano y a su calidad*. Guadalajara: ITESO.
- “Observan falla en Gobierno” (2014). En *Mural*. Guadalajara: Grupo Reforma, 30 de enero.
- Orozco Martínez, Carlos Enrique (2003). “Un alto en el camino”. En *Público*. Guadalajara: Público, 16 de febrero.
- Osorio, Alberto (2012a). “La transparencia, a la basura”. En *Proceso*. México: Proceso, 6 de octubre [DE disponible en: Recuperado de <http://www.proceso.com.mx/?p=321784>].
- (2012b). “Periodistas de Jalisco denuncian presiones para beneficiar al candidato priista, Aristóteles Sandoval”. En *Sin Embargo*. San Luis Potosí: Sin Embargo, 28 de junio [DE disponible en: <http://www.sinembargo.mx/28-06-2012/279702>, consultada el 29 de mayo de 2014].

- (2013). “La radio y la tele del Gobernador”. En *Proceso Edición Jalisco*. México: Proceso, 12 de octubre [DE disponible en: <http://www.proceso.com.mx/?p=355188>, consultada el 5 de abril de 2014].
- Pallais, María Lourdes (2013). “Navegando en papel índigo”. En *IDL Reporteros*. Lima: IDL Reporteros [DE disponible en: <https://idl-reporteros.pe/navegando-en-papel-indigo/>].
- Parametría (2013). “Alerta Amber, un programa poco conocido”. En *Parametría*. México: Parametría [DE disponible en: http://www.parametria.com.mx/carta_parametrica.php?cp=4547, consultada el 26 de marzo de 2014].
- Petersen, Diego (2012). “Felipe, el confiable”. En *El Informador*. Guadalajara: El Informador, 15 de octubre [DE disponible en: <http://opinion.informador.com.mx/Columnas/2012/10/15/felipe-el-confiable/>].
- Plascencia, Ángel (2013). “Boicot: ¿desde gobierno?”. En *Reporte Índigo*. Monterrey: Reporte Índigo, 21 de febrero [DE disponible en: <http://www.reporteindigo.com/reportes/guadalajara/boicot-desde-gobierno>, consultada el 29 de mayo de 2014].
- “Policía arresta a reportero de Proyecto Diez por captar imagen de detención y lo libera horas después” (2013). En *Proyecto Diez Jalisco*. Guadalajara: Proyecto Diez, 9 de agosto [DE disponible en: <http://www.proyectodiez.mx/2013/08/09/policia-arresta-a-reportero-de-proyecto-diez-por-captar-imagen-de-detencion-y-lo-libera-horas-despues/32799>, consultada el 27 de diciembre de 2013].

- Pozo Marx, Jorge del (2013). “Adiós”. En *MilenioJalisco*. Guadalajara: Grupo Milenio, 30 de junio de 2013.
- Ramírez Flores, Fabián (2011). “Cambios en la prensa local: se reacomodan las piezas del periodismo”. En *Informe 2011 Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco*. Guadalajara: ITESO.
- Ramírez, Fabián (2012). “Cambios en la prensa local: se reacomodan las industrias del periodismo”. En *Informe 2011, Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco*. Guadalajara: ITESO.
- Ramírez, Jade (2012). “Del periodismo libre al libre ataque contra el periodismo en Jalisco”. En *Informe sobre la situación de los derechos humanos en Jalisco*. México: CEPAD.
- Ramírez, Sergio (2013a). “La ley ciudadana del talión”. En *C7 Jalisco*. Guadalajara: SRTVJ, 17 de diciembre [DE disponible en: <http://c7jalisco.com/noticias/13-12-17-sergio-ramirez-robles-la-ley-ciudadana-del-talion>].
- (2013b). “Resistencia civil pacífica violenta”. En *C7 Jalisco*. Guadalajara: SRTVJ, 16 de diciembre [DE disponible en: <http://c7jalisco.com/noticias/13-12-16-sergio-ramirez-robles-resistencia-civil-pacifica-violenta>].
- (2014). “#PosMeSaltoGDL”. En *C7 Jalisco*. Guadalajara: SRTVJ, 7 de enero [DE disponible en: <http://c7jalisco.com/noticias/14-01-07-sergio-ramirez-robles-posmesaltogdl>].
- Raygoza Jáuregui, Elizabeth (2011). “Un enemigo de los medios”. En *La Gaceta de la Universidad de Guadalajara*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 28 de marzo.

- Robles, Paloma (2012). “Los dueños de la comunicación política”. En *Reporte Índigo*. Monterrey: Reporte Índigo, 2 de junio [DE disponible en: <http://www.reporteindigo.com/reporte/guadalajara/los-duenos-de-la-comunicacion-politica>, consultada el 7 de abril de 2014].
- Robles, Vanesa (2012). “Encienden alerta periodistas tapatíos”. En *Reporte Índigo*. Monterrey: Reporte Índigo, 28 de junio [DE disponible en: <http://www.reporteindigo.com/reporte/guadalajara/encienden-alerta-periodistas-tapatios>. Recuperado el 28 de diciembre de 2013].
- Rocha, Jorge (2012). “Adiós, Felipe”. En *La Jornada Jalisco*. Guadalajara: La Jornada [DE disponible en: <http://www.lajornadajalisco.com.mx/2012/10/13/adios-felipe/>].
- Sánchez, Enrique (2005). *Medios de comunicación y democracia*. Colombia: Grupo Editorial Norma.
- Santamaría, Luisa (2000). “Interesante momento del columnismo”. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Núm. 6. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Secretaría de Gobernación, Segob (2013). “Certificación de Publimetro”. México: Segob [DE disponible en: http://pnmi.segob.gob.mx/archAmbitos/mi_1664_Certificaci%F3n%20Publimetro%20PwC%202013.pdf].
- Smith, Anthony (2010). “Reconstrucción del escenario mediático, el periódico que viene”. En *Infoamérica*. Núm.2. Málaga: Infoamérica, enero-abril.

- Testa, Mario (2007). “Decidir en salud: ¿quién? ¿cómo? y ¿por qué?”. En *Salud Colectiva*. Vol.3, núm.3. Buenos Aires.
- “Un año cuesta arriba” (2014). En *La Jornada Jalisco*. Suplemento especial. Guadalajara: La Jornada, febrero.
- Velázquez, Yenzi (2014). “Falla transmisión en vivo de Primer Informe de Aristóteles”. En *Milenio Jalisco*. Guadalajara, Grupo Milenio, 2 de febrero [DE disponible en: http://www.milenio.com/region/Falla-transmision-Primer-Informe-Aristoteles_o_239376205.html, consultada el 15 de marzo de 2014].
- Vicencio, Felipe (2011a). “Esperanza”. En *Felipe Vicencio. Reflexiones para compartir*. Blog, 13 de febrero [DE disponible en: <http://felipevicencio.wordpress.com/2011/02/13/esperanza/>].
- (2011b). “Fiesta de los libros”. En *Felipe Vicencio. Reflexiones para compartir*. Blog, 29 de noviembre [DE disponible en: <http://felipevicencio.wordpress.com/category/libros/>].
- (2011c). “Muertos”. En *Felipe Vicencio. Reflexiones para compartir*. Blog, 15 de febrero [DE disponible en: <http://felipevicencio.wordpress.com/2011/02/15/muertos/>].
- Vidal Bonifaz, Francisco (2011). “El ciclo de los periódicos”. En *La Rueda de la Fortuna*. México [DE disponible en: <http://ruedadelafortuna.com.mx/2011/10/20/el-ciclo-de-los-periodicos/>].

—— (2014). “Cronología de los medios impresos 2000-2014”. En *La Rueda de la Fortuna*. México [DE disponible en: <http://ruedadelafortuna.com.mx/historia-economica-de-los-medios-nva/cronologia-de-los-medios-impresos-2000-2009/>].

Wimmer, Roger y Joseph Dominick. (2001). “Análisis de contenido”. En *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*. México: Thompson.

Acerca de los autores

Laura Elisa Aranda de la Cruz es estudiante de último semestre de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Trabajó en QITESO: Análisis Crítico de Medios en Otoño de 2013 como *community manager* y durante Primavera de 2014 como encargada de producción.

Alejandra del Carmen Ballesteros Castellanos es egresada de la Licenciatura en Comunicación Pública, con especialización en Comunicación Política, por la Universidad de Guadalajara. Académicamente se ha interesado en el tema de la imagen pública de actores políticos y cómo esta influye en el comportamiento y en la toma de decisiones de los ciudadanos. En el ámbito laboral ha trabajado proyectos de comunicación organizacional. Actualmente se desenvuelve en el área de monitoreo de medios en la Coordinación General de Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara.

Graciela Bernal Loiza es licenciada en Ciencias de la Comunicación con estudios de posgrado 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 Sistemas de Comunicación, Información y Democracia del Departamento de Estudios Socioculturales. Forma parte del proyecto Q ITESO: Análisis Crítico de Medios. 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.

Perla Araceli Blas Alvarado es egresada de Ciencias de la Comunicación del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Formó parte dos años de Q ITESO: Análisis Crítico de Medios. Ha trabajado dentro del periodismo y la edición en *web* en periódicos como *El Informador* y *La Jornada Jalisco*. Es colaboradora de la revista *Zócalo*, en la que aporta textos sobre medios de comunicación, periodismo, libertad de expresión, comunicación política, transparencia y acceso a la información. Mantiene como investigación las condiciones laborales de periodistas en Jalisco.

Carlos Eduardo Carrillo Arias es egresado de la Licenciatura en Comunicación Pública por la Universidad de Guadalajara. Se ha especializado en estudios de género y comunicación, su enfoque formativo está orientado hacia la comunicación política, así como el análisis de medios. Ha colaborado como reportero independiente para distintos medios culturales y periodísticos de la ciudad de Guadalajara.

Ana Cecilia Castañeda Medina es integrante de Q ITESO: Análisis Crítico de Medios, donde colaboró en el periodo de Primavera de 2014 como *community manager*. Desde 2012 funge como editora del sitio *web* Toppli, especializado en hacer curaduría de los temas más relevantes de la red en tópicos como arte, diseño, tecnología, cultura y fotografía. Ha desarrollado exitosamente diversas estrategias para viralizar contenido a través de las diversas redes sociales.

María Fernanda González Hernández estudió Ciencias de la Comunicación. Formó parte de Q ITESO: Análisis Crítico de Medios, donde colaboró como locutora en Quid Radio y en los equipos de investigación y educación; en estos últimos trabajó para fomentar las audiencias críticas y en la organización de distintos foros sobre temas relacionados con el derecho a la información y la libertad de expresión. Realizó cursos en la Universidad Iberoamericana Ciudad de México para complementar sus estudios en comunicación.

Diego Guillén Peña es estudiante de noveno semestre de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Miembro de Q ITESO: Análisis Crítico de Medios en los periodos Primavera y Verano de 2014 en los equipos de investigación y educación. Colaboró como becario en el Departamento de Educación y Valores del ITESO. Desde agosto de 2013 se ha desempeñado como becario en el Centro de Investigación y Formación Social del ITESO, en el que realiza la labor de monitoreo y análisis temáticos de la prensa local.

Kenji Kishi Leopo estudió la Licenciatura en Comunicación Pública con especialidad en comunicación política en la Universidad de Guadalajara. Ha trabajado como reportero para la agencia Foto Jalisco. Fue editor en jefe del primer número de *Alofonía*, revista de comunicación pública. Actualmente trabaja para la productora Cebolla Films y el estudio Platypus.

Laura Neftaly López Pérez es estudiante de último semestre de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Participó en Q_{ITESO}: Análisis Crítico de Medios en Otoño de 2013, Primavera y Verano de 2014, como parte del equipo de investigación. Desde Otoño de 2013 es asistente de investigación en el Programa Formal de Investigación del Departamento de Estudios Socioculturales del ITESO.

José Bernardo Masini Aguilera es candidato a 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 de 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).

María Magdalena Sofía Paláu Cardona es licenciada en Ciencias de la Comunicación por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), maestra en Ciencias Sociales con especialidad en Comunicación Social por la Universidad de Guadalajara y doctora en Estudios Científico–Sociales por el ITESO. Fue subdirectora de una preparatoria, coordinadora de la mesa de redacción de un periódico local y durante más de ocho años participó en diversos proyectos de educación popular en distintas ciudades del país. Es profesora titular del ITESO y colabora como académica en el Departamento de Estudios Socioculturales. Actualmente es profesora de los cursos de Observatorio de la Comunicación e Investigación de la Comunicación y la Cultura, y coordina el observatorio Q ITESO: Análisis Crítico de Medios.

Ana Laura Peregrina Tostado es egresada de Ciencias de la Comunicación en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Miembro de Q ITESO: Análisis Crítico de Medios de mayo 2013 a diciembre 2013. Entre sus tareas estaba ser monitorista y analista de medios de comunicación locales. Productora de programa en Quid Radio. Productora y realizadora de piezas de comunicación en diferentes formatos para difundir investigaciones. Operadora de medios en Vértice Comunicación de junio 2012 a la fecha.

Frida V. Rodelo es profesora de la Universidad de Guadalajara. Autora de artículos de investigación académicos sobre prácticas y coberturas periodísticas. En 2010 colaboró en el programa para Timor Oriental del

Centro Internacional para Periodistas. Ganadora en 2009 del premio nacional otorgado por el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (Coneicc) a la mejor tesis de maestría sobre Comunicación. Participante del capítulo Jalisco de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información desde 2011.

Cristina Guadalupe Romero Domínguez es ejecutiva de comunicación interna en Karisma Resorts de México. Trabajó como becaria en comunicación para el área de Seguridad e Higiene Industrial en IBM, campus Guadalajara, de marzo de 2013 a marzo de 2014. Realizó investigación para infográficos, análisis y monitoreo de medios para el Q ITESO: Análisis Crítico de Medios, de enero de 2013 a enero 2014. Participó como expositora de un tema en el seminario permanente de actualización a periodistas para el Centro Universitario de Los Altos Jalisco. Fue becaria en Vértice Comunicación en el área de planeación.

Alma Delia Sánchez Carbajal es egresada de la Licenciatura en Comunicación Pública con orientación en la comunicación política. Ha trabajado como asistente de investigación en el Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara, en temas de periodismo local y rutinas periodísticas. En lo particular, se ha interesado por el estudio de las organizaciones no gubernamentales desde un enfoque comunicacional y la comunicación institucional.

Luis Daniel Vázquez Salcedo es estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Integrante de Q ITESO: Análisis Crítico de Medios durante los periodos Primavera y Verano de 2014, como jefe de información, locutor de Quid Radio y colaborador del proyecto de intervención para el suplemento *Ocio* del diario *Milenio*. Becario de la Maestría en Comunicación de la Ciencia y la Cultura por el ITESO. Encargado de la actualización de bases de datos y de la página *web* de investigadores del ITESO *Delfos* y becario de investigación en la Coordinación de Investigación y Posgrados del ITESO.

Ana Vicencio Huerta es licenciada en Ciencias de la Comunicación por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) y profesora en la misma universidad desde 2012 de la asignatura Observatorio de la Comunicación II. En 2013 se incorporó al Observatorio Ciudadano de Calidad de Vida: Jalisco Cómo Vamos, donde coordina una red de expertos que asesoran las investigaciones y colaboran con el análisis de los resultados. Es miembro de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información Capítulo Jalisco y de la organización Wikipolítica.

QITESO: Análisis Crítico de Medios. Misión y líneas estratégicas

Es un observatorio de medios de comunicación que opera, desde 2004, en la Unidad Académica Básica Sistemas de Comunicación, Información y Democracia adscrita al Departamento de Estudios Socioculturales del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (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: analizar, describir y generar información sobre el sistema de medios de comunicación de Jalisco; fomentar la construcción de audiencias críticas en la comunidad universitaria; y establecer diálogo con los medios de comunicación para 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 de 2007 QITESO se incorporó a la oferta de los Proyectos de Aplicación Profesional para los estudiantes de esta universidad. Desde aquel año han participado más

de 90 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.

Q ITESO 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.quidmedios.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 *web* de Quid, artículos académicos y de opinión publicados en revistas y periódicos, un programa de radio semanal (Quid Radio, que se transmite a través de la estación *Itópica*), videos infor-

mativos y de opinión (Quid TV cuenta con un canal en Youtube), un Newsletter semanal y posteo en las redes sociales con mayor actividad (Facebook, Twitter, Youtube, Gear). Este trabajo de difusión alimenta de información a toda la red de usuarios de QITESO, 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 cinco informes anuales.

Finalmente, la tercera línea de trabajo de QITESO 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 llevado a cabo cineclubs, talleres con jóvenes de educación media y superior, así como foros temáticos y conferencias de expertos en la materia.



ITESO

Universidad Jesuita
de Guadalajara

El observatorio Q ITESO: Análisis Crítico de Medios
analiza, describe y genera 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
encaminado a la defensa del derecho a la información.

En materia de medios de comunicación y acceso a la información, 2013 fue un año de claroscuros en Jalisco. En este periodo se combinaron hechos positivos, como la aparición de nuevas publicaciones periódicas y la discusión en torno a los cambios en la ley de transparencia y acceso a la información gubernamental; otros cuestionables, como la transformación del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión en un medio más oficialista, y unos más que podrían calificarse de reprobables, como las agresiones contra medios de comunicación y sus trabajadores, la reducción de la plantilla laboral de algunas empresas del sector y la eliminación de espacios ganados en favor de los lectores, como es el caso de la figura del ombudsman.

En el sexto informe de Q ITESO: Análisis Crítico de Medios se analizan estos y otros temas para los interesados en seguir el funcionamiento del sistema de medios de comunicación en Jalisco y así obtener un mejor panorama de su desarrollo.

