

denominados *nuevos medios de información y comunicación o tecnologías digitales de información y de comunicación*.

- La definición precisa y cuidadosa de los distintos términos contenidos en dicho marco jurídico.
- Modificaciones en el marco jurídico que tomen en cuenta la producción de contenidos nacionales que cumplan la función social de los medios de información y de comunicación en los ámbitos de la diversidad y calidad.
- Y, ¿por qué no?, una revisión de lo que se está proyectando en el medio internacional en esta materia, sin olvidar las particularidades de las diferentes sociedades.

Todo lo anterior requiere de la participación de ciudadanos con diferentes perfiles, a fin de llevar a cabo un trabajo lo más democrático posible.

Referencias

- Castells, Manuel, ed. (2006) *La sociedad red: una visión global*, Madrid, Alianza.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (1917) Disponible en: <<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1.pdf>>.
- Flichy, Patrice (1993) *Una historia de la comunicación moderna. Espacio público y vida privada*, Barcelona, Gustavo Gili.
- Galindo Cáceres, Jesús, coord. (2008) *Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas históricas hacia una comunicología posible*, Madrid, McGraw Hill.
- Ley de Imprenta (1917) En *Diario Oficial de la Federación*, 12 de abril, disponible en: <<http://www.cem.itesm.mx/derecho/nlegislacion/federal/40/2.htm>>.
- Ley Federal de Radio y Televisión (1960) En *Diario Oficial de la Federación*, 19 de enero de 1960; última reforma publicada el 19 de junio de 2009 en *Diario Oficial de la Federación*, disponible en: <<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/114.pdf>>.
- ONU (1948) Declaración Universal de Derechos Humanos, disponible en: <<http://www.un.org/es/documents/udhr/>>.

Por una descentralización de la producción de comunicación en México: entre la reproducción cultural y el pluralismo informativo

Juan Sebastián Larrosa Fuentes

El tema de la concentración de la propiedad y el control de los medios de comunicación se ha debatido desde hace muchas décadas. Aun así, sigue siendo relevante en la actualidad, pues no se ha podido resolver de manera satisfactoria según las distintas visiones de integración política y social en los Estados modernos. Particularmente, en la última década el mundo ha observado procesos inexorables de concentración de los distintos sistemas de medios de comunicación como parte del complejo fenómeno de la convergencia tecnológica. En este tiempo, las grandes fusiones, pero también la desaparición de muchos medios de comunicación, han sido noticias recurrentes en el mundo de los medios y las telecomunicaciones. Sin embargo, ante el gran tema de la concentración, en las discusiones públicas y académicas se ha relegado el tema de la *centralización de la comunicación*, que no es otra cosa que la concentración de medios, pero en términos geográficos (Becerra y Mastrini, s.f.; Sánchez Ruiz, 1987).¹

Juan Sebastián Larrosa Fuentes es presidente del Capítulo Jalisco de la Amedi y coordinador general de Quid: Observatorio de Medios del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)

¹ En esta ponencia retomamos la definición de concentración económica y geográfica de Becerra y Mastrini: "Ya en los años sesenta los estudios de sociopolítica de la comunicación definieron dos dimensiones de la concentración: geográfica y económica. La geográfica hace referencia a la centralización de la producción, distribución y consumo cultural en los grandes centros urbanos. Amplias regiones de los distintos países latinoamericanos quedaron, y en muchos casos quedan, fuera del alcance de estaciones de radio y televisión, así como de los circuitos cinematográficos. De esta forma, la diversidad cultural de los países de la región se vio reducida en muchos casos a la vi-

Para el caso del Encuentro Nacional por la Diversidad y la Calidad en los Medios de Comunicación, organizado por la Asociación Mexicana de Derecho a la Información, me parece muy relevante comentar cómo se observa la centralización de los medios desde una ciudad como Guadalajara, que no es la capital del país.

Breve radiografía de los sistemas de comunicación en Guadalajara

Según datos de la revista *Medios Publicitarios Mexicanos* (agosto de 2010), el sistema de medios locales de Jalisco está compuesto por 15 periódicos, 75 radiodifusoras, cuatro televisoras y cinco sistemas de televisión por cable. Los datos anteriores no incluyen a los medios de comunicación de otras entidades que se pueden consumir en Jalisco ni tampoco los (mal) llamados *medios nacionales*.

Por otro lado, de acuerdo con datos recabados por Quid, el Observatorio de Medios de la Universidad ITESO (Quid: Observatorio de Medios, 2008, 2009, 2010), en Guadalajara circulan 38 periódicos —diarios y semanarios—, de los cuales 18 se producen localmente; de ellos, tan solo seis no corresponden a publicaciones deportivas, publicitarias o de notas policiacas.

El sistema de radio está compuesto por 51 estaciones, de las cuales 26 se pueden sintonizar en la banda de AM y 25 en FM. Muchas de estas estaciones pertenecen a grupos o consorcios que operan en el ámbito nacional. Radiorama de Occidente es el grupo que tiene más estaciones: nueve, lo que equivale a 18% del total; es seguido por Televisa Radio, con seis estaciones, que representan 12% (Larrosa, 2011a).

El sistema de televisión, por su parte, está formado por 10 canales, de los cuales cinco pertenecen a Televisa y dos a Televisión Azteca; a su vez, el Instituto Politécnico Nacional, el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión y la Universidad de Guadalajara poseen uno cada uno. En Guadalajara la industria de la televisión por cable ofrece, a través de las empresas Dish, Megacable, Sky y Telecable, 178 canales de televisión, de los cuales 26 pertenecen a Time War-

sión de las elites capitalinas. La concentración económica se vincula con el complejo entramado de relaciones que tempranamente se estableció entre el poder político, el poder económico y los propietarios de los medios”.

ner (14.6%), 25 a Televisa (14.04%) y 12 a News Corporation (6.7%) (Paláu *et al.*, 2011).

La centralización de la comunicación en México

La mayor parte de la producción de contenidos de este sistema de comunicación de la ciudad de Guadalajara (prensa, radio y televisión) es importada de la ciudad de México o de otras partes del mundo. En el caso de la televisión de señal abierta, la situación ha sido prácticamente la misma desde largo tiempo atrás; como bien se sabe, una televisora ha dominado este mercado históricamente, y hace casi 20 años se le sumó una segunda cadena nacional de televisión. Ambas empresas, Televisa y Televisión Azteca, tienen oficinas y foros de producción en la ciudad de Guadalajara; sin embargo, tales instalaciones están subutilizadas, pues la mayor parte de la programación de esas empresas proviene de la ciudad de México o de otras partes del mundo —como pueden ser las series o algunos programas de concurso—. En Guadalajara estas televisoras producen algunos noticiarios de muy baja calidad, caracterizados por un enfoque de nota roja, y varios programas de concurso. Sin embargo no ofrecen servicios informativos de calidad, no producen programas culturales, educativos o científicos, ni de entretenimiento, como telenovelas o series. Esta programación se ve equilibrada por los contenidos que ofrece C7, un canal del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión y por la reciente aparición de dos canales universitarios, los cuales por lo general aportan contenidos de corte cultural y se alejan de las producciones comerciales o de entretenimiento. Estos canales se pueden sintonizar como señales de televisión abierta en Guadalajara apenas en el último año. Once TV, del Instituto Politécnico Nacional, se puede ver desde junio de 2010 y Canal 44, de la Universidad de Guadalajara, desde febrero de 2011. Estos canales sí ofrecen producciones locales, pero con amplias restricciones presupuestarias y técnicas, y bajo un modelo de producción que no permite el desarrollo de empresas pequeñas y alternativas que puedan competir por espacios en las pantallas de las televisiones de los jaliscienses.

En el caso de la televisión por cable, además de los canales de televisión abierta que este sistema ofrece, existen dos señales: Canal 8 y Canal 6. Estos representan 1.12% de la programación de este sistema. Estos canales son muy irregulares en su trabajo, su programa-

ción varía mucho y, en general, son propuestas que no apuestan por ofrecer producciones locales profesionales y con una calidad que les permita competir con el resto de la programación del mismo servicio de cable.

Por su parte, el sistema de radio tapatío tiene una mayor oferta de programación local en comparación con el de televisión, pues 78% de su programación es elaborado en la capital jalisciense. Sin embargo, una buena parte de esta programación es música, que se transmite las 24 horas del día (63%), y son pocos los programas que apuestan por la radio hablada, universitaria o cultural. En Guadalajara existe solo una estación universitaria, dos estaciones del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión y ninguna comunitaria o indigenista (Larrosa, 2011a).

Por último, en la prensa es donde más se han notado los impactos de los procesos de concentración y centralización, sobre todo porque ha sido el sistema que más ha variado en su estructura en los últimos 20 años. De dos décadas para acá se han creado cinco nuevos periódicos, de los cuales ya desaparecieron dos (*Siglo 21 y Público*). Los tres que sobreviven pertenecen a capitales de empresas nacionales o, al menos, que no son jaliscienses: Grupo Reforma (que puso a circular el periódico *Mural*), Grupo Multimédios (que posee *Público-Milenio*) y *La Jornada* (que apostó por *La Jornada Jalisco*). Este conjunto de periódicos se ve completado por otros rotativos tradicionales (sin contar a los deportivos, vespertinos o de nota roja): *El Informador*, *El Occidental* y *Ocho Columnas*. La aparición de estos consorcios nacionales trajo consigo, entre otros muchos acontecimientos, la reducción del número de periodistas en las redacciones y la importación informativa de otras ciudades, como Monterrey o la ciudad de México. Es decir, en 20 años en Guadalajara se redujo en 50% las propuestas de periodismo de capital y contenido de producción y edición locales.*

Conclusiones y propuestas

El propósito de esta ponencia ha sido esbozar, de forma muy general, un mapa de los sistemas de comunicación de Guadalajara y mostrar

* Nota de los editores: el diario *Ocho Columnas* ya desapareció también; su última edición circuló el 22 de julio de 2011.

cómo es que se han desarrollado los procesos de concentración en su estructura de control y propiedad, pero también en la centralización de sus contenidos. Guadalajara es una de las ciudades más importantes de México, pues auspicia desarrollos políticos, económicos y culturales que afectan a todo el país. Por lo tanto, mi hipótesis es que los procesos de concentración y centralización en otras ciudades mexicanas son aún más graves. Esto me lleva a plantear el último punto de este trabajo: para que pueda darse un proceso de cambio en los medios de comunicación mexicanos hacia la diversidad y calidad no basta con desconcentrar los sistemas de comunicación; también es importante su descentralización.

Como ya se ha establecido en otros espacios académicos, la centralización de la comunicación trae serios perjuicios para las sociedades democráticas debido a que se generan accesos desiguales al uso y consumo de los medios de comunicación, a la vez que se reduce la autonomía de aquellas unidades del sistema que no tienen acceso al poder (en este caso las ciudades o entidades que no son parte de la ciudad de México) (Sánchez Ruiz, 1987). Por último, la centralización impide que haya una plena participación democrática de la sociedad, en la que un pluralismo de voces de todo el país integre una esfera pública nacional y no nada más aquellas voces que pertenecen a las élites de las principales capitales mexicanas.

Aclaro que el argumento descentralizador no convive con una idea insular o *hyperlocalista* de la comunicación. Por el contrario, busca atender y comprender la diversidad de miradas, dimensiones y niveles que se pueden construir en una sociedad democrática. No propongo eliminar los flujos de comunicación que vienen de dimensiones globales y nacionales, pero sí resulta urgente tomar medidas que permitan equilibrar la oferta comunicativa entre lo global, lo nacional y lo local.

Las siguientes ideas constituyen una serie de propuestas, que luego de refinarse y discutirse podrían ayudar a descentralizar el sistema de medios de comunicación en México:

1. Crear una red nacional de radiodifusoras y televisoras universitarias que tenga las posibilidades técnicas y económicas de generar una programación atractiva y local para las audiencias mexicanas. Esta red nacional deberá estar compuesta por

al menos una estación de radio y un canal de televisión por estado.

2. Crear una red nacional de radiodifusoras y televisoras de *servicio público* que puedan ofrecer contenidos locales de calidad.
3. Establecer un régimen legal que obligue a los concesionarios de frecuencias locales de radio y televisión a que sus transmisiones sean producciones locales y no nacionales o internacionales. Los contenidos nacionales y globales se podrán sintonizar en las cadenas nacionales y locales de radio y televisión.
4. Establecer un régimen legal que obligue a los concesionarios a comprar por lo menos 30% de su producción a una empresa distinta a la suya. Esto permitiría el desarrollo de pequeñas y medianas empresas destinadas a la producción de programas de radio y televisión de diversa índole.
5. Establecer un régimen legal que impulse la diversidad de formatos en la industria audiovisual y que equilibre la predominancia de los contenidos de entretenimiento, con propuestas informativas, educativas, de servicio público, infantiles, culturales o de divulgación científica.
6. Generar políticas de Estado que incentiven la producción audiovisual y de medios impresos en las distintas regiones del país. Por ejemplo, programas fiscales especiales para este tipo de productores; regulación de las ayudas del Estado a la prensa, a la radio y a la televisión; capacitación a trabajadores de este sector; ayuda para el desarrollo de pequeñas empresas que se dediquen a la producción para los medios de comunicación, entre otros.
7. Establecer un diálogo entre empresarios de la comunicación y sus públicos destinada a establecer los parámetros más convenientes de producción informativa y de entretenimiento.
8. Recuperar, en las empresas informativas –en particular en los periódicos, pero también en la radio y la televisión– los espacios de producción de información local que permitan la generación de comunidades entre los ciudadanos del país. La construcción de una sociedad democrática también pasa por generar sistemas de comunicación plurales y descentraliza-

dos. Es importante, entonces, que la producción comunicativa se pueda ejercer no nada más en las grandes urbes, sino, en la medida de lo posible, en todo el país.

Referencias

- Becerra, Martín y Guillermo Mastrini (s.f.) "Concentración de medios", documento de trabajo del Taller de Políticas y Planificación de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires.
- Larrosa Fuentes, J. (2011a) "El medio subutilizado: la radio tapatía", en Sistema Autorreferencial [blog], disponible en: <<http://autorreferencial.wordpress.com/2011/03/01/el-medio-subutilizado-la-radio-tapatia>>.
- _____. (2011b) "Una oportunidad para equilibrar el sistema de televisión de Guadalajara", en Sistema Autorreferencial [blog], disponible en: <<http://autorreferencial.wordpress.com/2010/11/01/una-oportunidad-para-equilibrar-el-sistema-de-television-de-guadalajara/>>.
- Paláu Cardona, Sofía, Katalina Aguilar Méndez, Eduardo Briseño Ponce, Alma Alejandra García Cacho, Karla Godínez Hernández, Jesica Partida Cervantes et al. (2010) "Radiografía de la televisión en la zona metropolitana de Guadalajara", en *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2010*, México, Quid/ITESO, pp. 42-62.
- Quid: observatorio de medios (2008) *Informe sobre medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2008*, México, Quid/ITESO.
- _____. (2009) *Informe sobre medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2009*. México: Quid-ITESO.
- _____. (2010) *Informe sobre medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2010*. México: Quid-ITESO.
- Sánchez Ruiz, Enrique (1987) *Centralización, poder y comunicación en México*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara.
- _____. (2005) *Medios de comunicación y democracia. Una perspectiva histórico estructural*, Bogotá, Norma.