



ETIUS

comunicación • cultura
sistemas de comunicación

Departamento de
Estudios Socioculturales

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DERECHO A LA INFORMACIÓN EN JALISCO, 2020



ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara

JUAN S. LARROSA-FUENTES
COORDINADOR



**MEDIOS DE
COMUNICACIÓN
Y DERECHO A LA
INFORMACIÓN
EN JALISCO,
2020**



ETIUS

comunicación • cultura
sistemas de comunicación

Departamento de
Estudios Socioculturales

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DERECHO A LA INFORMACIÓN EN JALISCO, 2020



ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara

JUAN S. LARROSA-FUENTES
COORDINADOR

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE
Biblioteca Dr. Jorge Villalobos Padilla, SJ

Etius Observatorio de Comunicación y Cultura

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

Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2020 / Coord.
y presen. de J.S. Larrosa-Fuentes. -- Guadalajara, México : ITESO, 2022.
223 p. (Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco ; 3)

ISBN 978-607-8768-61-5

ISBN de la colección 978-607-9473-38-9

1. Comunicólogos y Comunicadores Mexicanos – Biografías. 2. Covid – Jalisco. 3. Feminismo – Guadalajara, Jalisco. 4. Sistemas Públicos de Comunicación – Jalisco. 5. Monitoreo de Medios de Comunicación – Jalisco – Historia – 2018-2024. 6. Observatorios Sociales y Urbanos – Jalisco – Historia – 2018-2024. 7. Derecho a la Información – Jalisco – Historia – 2018-2024. 8. Medios de Comunicación y Estado – Jalisco – Historia – 2018-2024. 9. Comunicación y Derecho – Jalisco – Historia – 2018-2024. 10. Comunicación y Política – Jalisco – Historia – 2018-2024 – Tema Principal. 11. Medios de Comunicación – Jalisco – Historia – 2018-2024 – Tema Principal. 12. Medios de Comunicación – México – Historia – 2018-2024. 13. Comunicación Masiva – Jalisco – Historia – 2018-2024. 14. Comunicación Masiva – México – Historia – 2018-2024. 15. Sociología de la Comunicación. I. Larrosa-Fuentes, Juan S. (coordinación). II. t.

[LC]

302. 23097235 [Dewey]

Coordinación general
Juan S. Larrosa-Fuentes

Diseño original: Danilo Design
Diseño de portada: Ricardo Romo
Diagramación: Rocío Calderón Prado

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: etius@iteso.mx

1a. edición, Guadalajara, 2022.

DR © Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)
Periférico Sur Manuel Gómez Morín 8585, Col. ITESO
Tlaquepaque, Jalisco, México, CP 45604
publicaciones.iteso.mx

ISBN 978-607-8768-61-5

ISBN de la colección 978-607-9473-38-9

Hecho en México.
Printed in Mexico.

Índice

PRESENTACIÓN. 2020: EL AÑO DE LA PANDEMIA / 7
Juan S. Larrosa-Fuentes

I. COVID, MEDIOS DE COMUNICACIÓN, PERIODISMO Y TRANSPARENCIA

ANÁLISIS DE LA COBERTURA DE LA PANDEMIA DE COVID-19
EN PORTADAS DE SEIS PORTALES INFORMATIVOS DE JALISCO / 19
Hernán Muñoz Acosta

ALFARO Y EL CORONAVIRUS: UN RELATO NO SIEMPRE GANADOR / 31
Paloma Robles Muro

TRANSPARENCIA Y COVID-19 EN JALISCO / 55
José Bautista Farías

EL IMPACTO DE LA PANDEMIA EN LAS PRÁCTICAS
PERIODÍSTICAS LOCALES / *Rodrigo Sosa Guzmán* 81

II. LIBERTAD DE EXPRESIÓN

ENCONTRAR LAS GRIETAS: MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y MOVILIZACIONES FEMINISTAS EN GUADALAJARA DURANTE 2020 / <i>Carmen Díaz Alba, Jessica Carolina Correa Ochoa</i> y <i>Susana Larios Murillo</i>	97
--	-----------

III. SISTEMA DE MEDIOS LOCAL Y PERIODISMO

EL LADO VISIBLE DE LOS PROCESOS DE CAMBIO EN EL PERIODISMO CONTEMPORÁNEO: LOS DESPIDOS MÚLTIPLES EN LAS ORGANIZACIONES INFORMATIVAS DE GUADALAJARA / <i>Frida V. Rodelo</i>	129
--	------------

TRES PARTIDOS DISTINTOS Y UN SOLO SISTEMA JALISCIENSE DE RADIO Y TELEVISIÓN / <i>Bernardo Masini Aguilera</i>	157
--	------------

IV. LAS Y LOS QUE SE FUERON

CARLOS CRÔTTE: LA MENTE DETRÁS DE SIXTO, EL ETERNO NIÑO DE SEIS AÑOS / <i>Dulce Nataly Figueroa Santana</i>	193
--	------------

GUILLERMO LARES LAZARITT, VIDA Y VOZ / <i>Elisa Gutiérrez Cisneros</i>	203
---	------------

ACERCA DE LAS Y LOS AUTORES	211
-----------------------------	------------

COMITÉ EDITORIAL	217
------------------	------------

ETIUS: OBSERVATORIO DE COMUNICACIÓN Y CULTURA	223
---	------------

Presentación

2020: el año de la pandemia

JUAN S. LARROSA-FUENTES

Resulta imposible, o al menos muy difícil, imaginar el texto introductorio de un informe anual que glosa lo ocurrido en 2020 y que no comience recordando que fue el año de la pandemia. Aunque el virus del SARS-CoV-2 comenzó a dispersarse hacia finales de 2019, la pandemia causada por covid-19 tomó fuerza en 2020. Esta contingencia sanitaria obligó a muchos países del mundo a hacer paros totales de actividades y largas cuarentenas, aceleró los procesos digitales en ámbitos políticos, económicos y culturales, provocó crisis económicas nunca vistas en los últimos cien años y, sobre todo, causó la muerte de millones de personas.

En el ámbito de la comunicación la contingencia provocada por covid-19 también tuvo importantes repercusiones. Ante la novedad del virus la comunicación pública fue una de las armas fundamentales para combatir la crisis epidemiológica que enfrentó la sociedad (Larrosa-Fuentes, 2020). Los gobiernos tuvieron que poner en marcha estrategias de comunicación cotidianas y constantes para informar a la población sobre las medidas que debían adoptar frente a la nueva realidad. En México esto pudo observarse en las conferencias de prensa vespertinas organizadas por la Secretaría de Salud, comandadas por el doctor Hugo López-Gatell y que fueron transmitidas por televisión te-

restre, así como diversos canales de comunicación digital. En otros países hicieron lo propio y produjeron sistemas de información para llegar a toda la sociedad.

En este contexto, medios de comunicación y periodistas se vieron ante tareas y dilemas titánicos. Por una parte, tuvieron que ayudar a los gobiernos a distribuir la información oficial sobre el desarrollo de la pandemia, así como de las medidas que se tomaron para enfrentarla, por otra, ejercer una función crítica frente a los órdenes de gobierno y cuestionar las estrategias de combate a la pandemia, así como aquellas destinadas a tratar la salud de las personas que enfermaron en este periodo. Además, hubo periodistas que se jugaron la vida en su trabajo cotidiano. Algunos pudieron trasladar sus actividades periodísticas al mundo en línea. Sin embargo, aquellos que continuaron realizando actividades presenciales y de comunicación cara a cara con sus fuentes, tuvieron que arriesgar su salud con tal de seguir haciendo su trabajo. Al momento de escribir estas líneas, y de acuerdo con la organización Press Emblem Campaign, en México habían muerto 119 periodistas por covid.¹

Por si no fuera poco, los medios de comunicación enfrentaron una nueva crisis económica que atajó desde varios frentes. La economía global colapsó en 2020 y el Producto Interno Bruto (PIB) de la mayoría de los países se fue a pique. Los precios del petróleo se desplomaron. Durante meses buena parte del comercio internacional se ralentizó y en algunos sectores sufrió paros totales. Esta complicada situación hizo que disminuyera la inversión

1. Datos obtenidos de la página web <https://www.pressemlch/-1.shtml> Recuperado el 24 de agosto de 2021.

en publicidad en todo tipo de medios de comunicación, lo cual repercutió directamente en sus finanzas. Según el académico y periodista experto en economía de los medios, Vidal Bonifaz (2020), entre enero y octubre de 2020 la inversión publicitaria en México cayó en 24.5%. Además, empresas de la radiodifusión reportaron importantes caídas en sus ingresos. Por ejemplo, Grupo Radio Centro vio reducidas sus ganancias en 40%, Televisión Azteca 19% y Televisa 7% (Bonifaz, 2021).

En especial, el sector de medios impresos se vio afectado por la recesión económica, pues tuvo una disminución de sus ingresos de 15% (Bonifaz, 2021). Aunque los porcentajes en sus caídas fueron menores que en el sector audiovisual, la crisis económica pegó más fuerte a esta industria por el constante declive de sus finanzas en las últimas décadas. Los periódicos en México reportaron una caída en su circulación de 11% (Soto Galindo, 2020) porque durante las cuarentenas las personas dejaron de salir a la calle y, por consiguiente, muchos impresos dejaron de venderse. A lo largo del país, varios periódicos dejaron de circular algunas semanas o meses, otros dejaron de imprimirse los siete días de la semana, otros imprimieron menos páginas de lo acostumbrado.

La crítica y compleja realidad que trajo la pandemia tuvo su correlato en Jalisco. Para poder documentarla, en ETIUS les presentamos cuatro apartados que muestran algunas de las consecuencias en un contexto global del derecho a la información y el sistema de medios local. El informe abre con un capítulo de Hernán Muñoz Acosta acerca de los resultados del monitoreo de medios que durante 2020 hicieron estudiantes del Departamento de Estudios Socio-culturales. Estas observaciones muestran cómo fue que

los medios de comunicación locales abordaron el tema de covid. Además, menciona que muchos medios se limitaron a reportar estadísticas de contagios y decesos, pero sin profundizar en el problema de la pandemia. También es notoria la poca aparición de académicos y científicos y la numerosa presencia de políticos y servidores públicos—una realidad que refuerza previas observaciones a la prensa local, en la que la cobertura tiende a ser dominada por fuentes y actores oficiales.

Enseguida, Paloma Robles Muro hace un crítico recuento y análisis de las estrategias de comunicación pública y política del Gobierno del Estado de Jalisco para enfrentar la pandemia. En este trabajo Robles se centra en observar el discurso de Enrique Alfaro Ramírez en Facebook y Twitter. A diferencia de otros gobernadores, Alfaro decidió asumir la vocería de la estrategia en todo momento, lo cual trajo una centralización comunicativa y discursiva. El texto muestra cómo la comunicación política fue cambiando a lo largo de 2020, así como los yerros de una estrategia que sirvió para enfrentar a la pandemia, pero también para oponerse políticamente a los adversarios del gobernador de Jalisco.

Presentamos también un trabajo de José Bautista Farías donde glosa y evalúa de manera crítica cuáles fueron las reacciones en materia de transparencia y producción de información pública del Gobierno del Estado de Jalisco durante la pandemia. En este texto podemos observar que el gobierno jalisciense hizo un gran esfuerzo para publicar información relacionada con la pandemia: abrió un sitio web específico para el tema, montó centros telefónicos de información y adoptó una actitud proactiva para divulgar información al respecto. Sin embargo, también

tuvo un lado oscuro, en especial por la suspensión de los procedimientos administrativos en materia de transparencia durante marzo de 2020 a febrero de 2021. Esta medida, sin duda, afectó el derecho a la información de los jaliscienses.

En un tema también relacionado con la pandemia, Rodrigo Sosa Guzmán hizo una investigación para conocer cómo es que los periodistas locales, especialmente del Área Metropolitana de Guadalajara, vivieron la pandemia y cuáles fueron los retos que esta contingencia trajo para su trabajo de producir y difundir información. Su texto “El impacto de la pandemia en las prácticas periodísticas locales” despliega, a través de entrevistas a periodistas locales, lo difícil que fue hacer el trabajo de reporteo mientras había una alta transmisión del virus; además, documenta que algunos periodistas fueron despedidos por esta contingencia sanitaria y otros vieron reducidos sus sueldos a la mitad.

Aunque la pandemia acaparó la vida de la humanidad, el planeta siguió girando y la vida continuó su marcha. En ese sentido, como se expresa coloquialmente, “hubo vida” más allá de la contingencia, la cual tuvo, además, el efecto de desplazar e incluso borrar cuestiones importantes de la agenda pública. Si eliminamos la coyuntura pandémica de 2020 como un método para iluminar otros asuntos importantes, encontramos que las marchas y protestas feministas fueron de gran trascendencia en ese año. En el caso particular de Jalisco, una semana antes de la primera cuarentena, en marzo de 2020, tuvo lugar una de las marchas feministas más importantes en la historia del estado, la cual fue parte de una larga lucha desarrollada

desde años atrás y vinculada con movimientos globales como el #MeToo.

En este contexto, al comité editorial de ETIUS le pareció relevante incluir un trabajo que abordara la dimensión comunicativa de los movimientos sociales que reivindican los derechos humanos de las mujeres. Por ello, les ofrecemos el texto “Encontrar las grietas: medios de comunicación y movilizaciones feministas en Guadalajara durante 2020”, de Carmen Díaz Alba, Jessica Carolina Correa Ochoa y Susana Larios Murillo, que presenta un interesante análisis textual sobre cómo la prensa escrita retrató al movimiento feminista en cuatro movilizaciones distintas que se llevaron a cabo en 2020, y muestra las distorsiones que esos medios de comunicación hacen en su cobertura sobre estas manifestaciones; concluye mostrando otras formas de hacer periodismo a través del trabajo en medios independientes.

En 2020 también pudimos observar una tendencia negativa en el mercado laboral periodístico local. Como en otros años, fue uno en el que muchos periodistas perdieron su empleo y otros más vieron mermadas sus condiciones laborales por la crisis económica provocada por la pandemia, pero también debido a la larga tendencia de precarización de este mercado laboral. Para seguir documentando esta tendencia, la cual se ha detallado en trabajos publicados en informes anteriores (Blas Alvarado, 2012, 2013), en esta ocasión Frida V. Rodelo presenta “El lado visible de los procesos de cambio en el periodismo contemporáneo: los despidos múltiples en las organizaciones informativas de Guadalajara”. Se trata de un trabajo académico, producto de las investigaciones de la doctora Rodelo en los últimos años. El texto documenta los despi-

dos de periodistas que ocurrieron en 2020, aunque va un paso más allá y conceptualiza las distintas razones por las cuales los periodistas tienen malas condiciones laborales y por qué son despedidos. En sus conclusiones menciona que los despidos múltiples se deben pensar en un contexto de cambio organizacional de las industrias periodísticas locales.

En otro orden de ideas, el informe 2020 presenta el análisis “Tres partidos distintos y un solo Sistema Jalisciense de Radio y Televisión”, de Bernardo Masini Aguilera. Este trabajo se une a otros monográficos publicados en los informes anuales del observatorio, en el que el tema central es el análisis de una de las unidades del sistema de medios local. En este caso, Masini presenta una cronología del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión, el cual es muy útil, pues en una decena de cuartillas sintetiza la vida de este medio público fundamental para la vida pública del estado. Sin embargo, el texto va más allá de una mera cronología descriptiva del medio y ofrece una mirada crítica pues, por una parte, analiza al medio a partir de los estándares internacionales que se marcan para los medios públicos desde el sistema internacional de derechos humanos, y, por otra, construye esa cronología en contrapunto de los cambios político-partidistas en el estado de Jalisco de los últimos treinta años.

Para finalizar, en el apartado “Las y los que se fueron”, presentamos breves semblanzas biográficas de personajes pertenecientes al mundo del derecho a la información y los medios de comunicación en Jalisco y que perdieron la vida durante el año en cuestión. En 2020 fallecieron Carlos Crôtte, quien fuera la voz de Sixto, y Guillermo Lares Lazaritt, locutor de radio de gran trayectoria en Jalisco.

En el caso del primero, Dulce Figueroa Santana presenta una entrañable narración de la trayectoria de quien dio vida a Sixto, un títere de color azul que aparecía con regularidad en la televisión tapatía de los años ochenta y noventa en el extinto Canal 6. En el caso del segundo, Elisa Gutiérrez Cisneros da cuenta de la vida de Guillermo Lares Lazaritt, quien se hiciera famoso y popular por su personaje Don Justo Preciso.

La finalidad del informe sobre *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco* es documentar las coyunturas críticas sobre estas materias a lo largo de un año. Una tarea compleja, en primer lugar, porque el trabajo entraña consignar todas las coyunturas que ocurren durante el año en el estado. Aunque en el comité estamos atentos a la agenda diaria es muy probable que algunas se nos escapen de registrar. En segundo lugar, esta tarea implica buscar a personas que puedan documentar tales coyunturas en un texto escrito. Por estas dos razones hay asuntos que no están presentes en el Informe, pero que son importantes. A continuación, mencionamos algunos.

En el caso de la radio destaca que el periodista Enrique Toussaint dejó su programa radiofónico *Cara a cara* en el 91.5 de FM y su lugar fue ocupado por Jonathan Lomelí. Además, en ese año concluyó el programa radiofónico *Imagen Jalisco* conducido por Diego Petersen, Alejandro Sierra y Augusto Chacón, y lo trasladaron a *Así las cosas* en WRadio Jalisco. En este movimiento Toussaint se convirtió en jefe de información de Imagen Jalisco y comenzó a conducir el noticiario nocturno de esa estación radiofónica. Asimismo, luego de 26 años, la periodista Gabriela Aguilar dejó de laborar en la estación *Zona 3 Noticias* (91.5 FM), en donde se desempeñó como reportera, conductora de espa-

cios noticiosos y jefa de información. Meses después de su salida Aguilar anunció su participación en la conducción de un nuevo noticiario en *Heraldo Radio Jalisco*.

En el caso de la televisión también hubo movimientos. A finales de octubre de 2020 en Guadalajara se pudo sintonizar a través del canal 8 de televisión terrestre los contenidos de *La Octava*. Además, en la última parte del año hubo cambios importantes en Televisa Guadalajara, pues Miguel Ángel Collado y Becky Reynoso dejaron de laborar en esa empresa luego de una larga carrera periodística. Semanas después se anunció que Jaime Barrera, exdirector de *Milenio Diario Jalisco* asumió la conducción del noticiario nocturno de Televisa Guadalajara.

En la sección de “Las y los que se fueron” nos faltó documentar que el 13 de diciembre falleció el periodista Rubén Bautista, quien fuera acreedor al Premio Estatal de Periodismo a la Excelencia en 2019, otorgado por el Foro Nacional de Periodistas, capítulo Jalisco. En este informe no pudimos presentar una semblanza sobre este periodista, pero valgan estas líneas para recordarlo y hacerle un pequeño homenaje.

REFERENCIAS

- Blas Alvarado, P. (2012). Las condiciones laborales de los periodistas en Guadalajara. En J. S. Larrosa-Fuentes (Ed.), *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2011* (pp. 65-73). Guadalajara: ITESO.
- Blas Alvarado, P. (2013). 2013: Un año marcado por despidos en diversos periódicos de Guadalajara. En M. M. S. Paláu Cardona (Ed.), *Medios de comunicación y de-*

- recho a la información en Jalisco, 2013* (pp. 157-171). Guadalajara: ITESO.
- Bonifaz, V. (28 de octubre de 2020). Cae 24.5% el mercado mexicano de publicidad en el periodo enero-agosto. *La Rueda de la Fortuna*. Recuperado de <https://ruedadelafortuna.com.mx/2020/10/28/cae-24-5-el-mercado-mexicano-de-publicidad-en-el-periodo-enero-agosto/>
- Bonifaz, V. (8 de marzo de 2021). Reportes financieros de las empresas de medios en 2020. *La Rueda de la Fortuna*. Recuperado de <https://ruedadelafortuna.com.mx/2021/03/08/reportes-financieros-de-las-empresas-de-medios-enero-en-2020/>
- Larrosa-Fuentes, J. S. (2020). Comunicación pública del gobierno federal mexicano en el contexto del covid-19. *Análisis Plural*, 233-245. Guadalajara: ITESO. Recuperado de <https:// analisisplural.iteso.mx/2020/10/18/comunicacion-publica-del-gobierno-federal-mexicano-en-el-contexto-de-covid-19/>
- Soto Galindo, J. (11 de octubre de 2020). Periódicos de México: Covid agrava al enfermo crónico. *El Economista*. Recuperado de <https://www.economista.com.mx/opinion/Periodicos-de-Mexico-covidagrava-al-enfermo-cronico-20201011-0010.html>

***I. Covid, medios de comunicación,
periodismo y transparencia***

Análisis de la cobertura de la pandemia de covid-19 en portadas de seis portales informativos de Jalisco*

HERNÁN MUÑOZ ACOSTA

Durante 2020 los medios de comunicación del mundo se enfrentaron a un reto sin precedentes al realizar la cobertura de la crisis de salud que representó la amenaza del SARS-CoV-2 y mantener al tanto a una ciudadanía diversa en condiciones de acceso a la información y al conocimiento desiguales.

La cantidad de noticias publicadas durante el año de la pandemia fue formidable, lo cual ha provocado que incluso instituciones como la misma Organización Mundial de la Salud hayan puesto la mirada en el fenómeno ahora denominado *infodemia* y señalado la cantidad de información disponible como una de las causas de su rápida expansión (OMS, 2020).

La toma de decisiones oportuna ante el avance de la pandemia emergió como una prioridad, así como una demanda por parte de sectores amplios de la población. En este contexto, los medios de comunicación locales cobran

*/ Investigadores: Anais Herrera Guzmán, Alejandra García Marín, Enrique Segura González, Paula Ramírez Seedorf, Mónica Teposte González, Alexis Eduardo Rodríguez Orozco y Luis Carlos Ascanio Vázquez

importancia por su facultad de mostrar a las personas el impacto de la crisis cómo las decisiones asociadas a ella afectan en su entorno inmediato.

ETIUS, Observatorio de Comunicación y Cultura, se ha dedicado a estudiar el panorama local de medios en la última década, por lo que con la llegada de esta emergencia nos preguntamos ¿qué enfoques y características tuvo la cobertura de la pandemia de covid-19 en Jalisco en los portales de medios impresos de mayor circulación en la zona metropolitana de Guadalajara?

Las respuestas a esta interrogante permitirán conocer mejor el sistema local de medios durante una coyuntura, pero también son construidas como una aportación desde la vocación ciudadana del observatorio por procurar el derecho a información completa y de calidad en el estado de Jalisco, así como la formación de audiencias críticas y responsables.

Esta investigación se llevó a cabo en el contexto del Proyecto de Aplicación Profesional ETIUS Comunicación y Cultura del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) y contó con el trabajo de estudiantes de licenciatura que ayudaron a diseñar los instrumentos, ejecutar el monitoreo, así como la sistematización y el análisis de los datos obtenidos.

METODOLOGÍA

Como universo consideramos toda la cobertura escrita que hicieron los medios informativos digitales en el estado de Jalisco sobre la pandemia por covid-19. Los recursos y el tiempo disponible para realizar el estudio llevaron a la necesidad de definir una muestra intencional que consistió

en la información publicada por los portales informativos de medios impresos de mayor circulación en el Área Metropolitana de Guadalajara.

Este trabajo muestra el resultado de un proceso de observación en medios de comunicación realizado durante el mes de junio, en el verano de 2020, a tres meses del anuncio de la Organización Mundial de la Salud de la pandemia por SARS-CoV-2,¹ así como de las primeras medidas del Gobierno de Jalisco para el distanciamiento social.

Dado el grado de alcance y la cantidad de noticias publicadas en medios locales de Jalisco como resultado de esta coyuntura global, a partir de las conclusiones de una observación libre en el PAP, se decidió enfocar la observación solo a las noticias principales buscando el equivalente a lo que serían las noticias “de portada” de seis sitios web noticiosos del estado, con la finalidad de tener evidencia de las piezas informativas consideradas prioritarias para los medios analizados, además de hacer una muestra que sintetizara el panorama informativo en cuestión.

Para la inclusión de piezas informativas en este trabajo se establecieron los siguientes criterios:

1. Que la pieza hablara sobre la pandemia por covid-19 o aspectos relacionados explícitamente con ello en el titular.
2. Que la noticia estuviera en el lugar más destacado en la página de inicio o *home* del sitio web en cuestión, como cabezal o portada digital.

1. En su portal oficial se anuncia una cronología que recupera la fecha en que se realizó la declaratoria oficial de estado de pandemia: <https://www.who.int/es/news/item/27-04-2020-who-timeline---covid-19>.

3. Que la pieza ocupara mayor espacio visual en relación con las otras notas colocadas en la portada.
4. En el caso de haber más de una noticia que ocupara un espacio destacado se tomó un orden de prioridad visual de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo en la pantalla que se visualizara la información.

Con los criterios anteriores se hizo un monitoreo en el periodo del 1 al 30 de junio de 2020 que diera espacio a la capacitación de un equipo de trabajo que cursaba el periodo de verano en el ITESO, el cual consta de ocho semanas.

En este monitoreo se localizaron 76 piezas informativas de los portales *El Informador*, *El Occidental*, *El Diario NTR Guadalajara*, *Milenio Jalisco*, *Mural* y *44lab* (udgtv.com).² Todas ellas de tipo informativo —es decir, notas periódicas o reportajes—, sin que hubiera piezas de opinión encontradas con este método.

RESULTADO DE LA OBSERVACIÓN

Durante el mes se realizaron un total de 180 ejercicios de observación individuales en 30 días de monitoreo, en los que se compilaron 76 “primeras planas” relacionadas con el tema, y por cada una de ellas se elaboró una ficha de monitoreo con información que fue filtrada y procesada después en una hoja de cálculo.

En un conteo final estos medios locales publicaron cantidades similares de noticias principales relacionadas con covid-19 en el periodo ya mencionado. *Milenio Jalisco*

2. Estos medios tienen una versión impresa y son los sitios web de los periódicos con más circulación en el ámbito local.

acumuló 19 piezas durante el mes que cumplieron con los criterios; *El Diario NTR Guadalajara* sumó 14, en tanto que *El Occidental* tuvo 13 piezas, *El Informador* 11, *44Lab* 10 y *Mural* nueve. Podría precisarse que para futuros ejercicios de observación se podría considerar una comparación de cifras como estas con las noticias no relacionadas en espacios similares.

Para responder a la pregunta sobre el enfoque que tuvieron las coberturas se hizo una clasificación de forma inductiva, identificando construcciones similares de la información, a partir del contenido de las notas completas que se analizaron. Estas categorías son las siguientes.

Ciencia y salud: Categoría amplia con noticias relacionadas con la estadística, la salud y los avances científicos en relación con la pandemia. Aquí se incluyen los conteos de casos.

Política y gobierno: Piezas informativas que detallan acciones emprendidas desde el gobierno para el control y acción sobre la pandemia.

Sociedad: Noticias desde la perspectiva de las prácticas de la vida diaria, así como cuestiones relacionadas con los cambios en los hábitos y actividades de la gente.

Economía: Información sobre el impacto de la pandemia en el marco económico, el mercado y la iniciativa privada.

Cultura: La dimensión simbólica, artística, educativa y de entretenimiento.

TÓPICOS Y CATEGORÍAS EN LAS NOTICIAS DESTACADAS

Visto que la categoría de ciencia y salud es en la que se clasificaron la mayor parte de las notas y donde se agru-

pan las piezas que recuperan la estadística en el avance epidemiológico, así como las actualizaciones sobre casos particulares y focos rojos en la entidad, de la totalidad de las piezas recuperadas, aquellas que se ajustan a esta descripción son casi un tercio (29.26%).

Una explicación para el dominio de este enfoque es que, durante este periodo, el aumento de casos de infectados y muertes fue un asunto recurrente en los titulares de portada, con textos similares y de redacción predeterminada con modificaciones cotidianas de redacción muy sutiles en la parte de las cifras. Como ejemplo los titulares “Jalisco notifica 81 casos nuevos y ocho defunciones por covid-19” (Milenio, 2 de junio) y “En un día Jalisco notifica 27 muertes y 388 enfermos por covid-19” (El Occidental, 11 de junio).

Una forma de visualizar el amplio margen con el que este enfoque se impone a otros durante el periodo observado es a partir de la elaboración de una nube de palabras en la que se representan las repeticiones de palabras en los titulares con un mayor tamaño de letra en la visualización. Así, las palabras “Jalisco”, “Covid” y “casos” podrían ser parte de un titular típico en esta investigación.

Después de las anteriores, las noticias que mostraron un énfasis en la perspectiva de política y gobierno fueron las más extendidas. En esta categoría se agrupan aquellas en las cuales las noticias de portada reportan sobre decisiones tomadas desde instancias gubernamentales relacionadas con el avance de la pandemia, así como aquellas que muestran la opinión de actores de gobierno u otras instancias y partidos políticos sobre la gestión de la crisis.

Como ejemplo de lo anterior están las piezas “Pandemia será responsabilidad de la población: Alfaro” (El Diario

FIGURA 1.1 NUBE DE PALABRAS EN LA QUE SE PROCESARON LOS TITULARES DE LAS NOTICIAS ENCONTRADAS EN LOS SEIS PORTALES ESTUDIADOS



NTR Guadalajara, 12 de junio), “Ante alza en casos de COVID-19, cero tolerancia en reapertura” (El Informador, 4 de junio de 2020); mientras que *Milenio Jalisco* no publicó ninguna noticia en esta categoría, *El Diario NTR Guadalajara* y *Mural* mostraron este énfasis en más ocasiones, con seis piezas cada uno.

La siguiente categoría agrupa a las noticias sobre economía, que acentuaron sobre todo las medidas para la reapertura de negocios, la afluencia a zonas comerciales y la opinión de las cámaras y organizaciones de comercio sobre las medidas de distancia, manejo y cierre de locales. Titulares de noticias de este tipo son: “Formalizan alianza Bajío-Centro-Occidente de gobernadores para reactivar economía” (El Occidental, 17 de junio de 2020) y “Abren plazas, permanecen cerrados bares, antros y spas” (44Lab, 15 de junio).

En medida mucho menor a las anteriores aparecieron las noticias sobre sociedad, que en general se enfocaban en la recuperación de reportes sobre aglomeraciones y en general dar seguimiento al cumplimiento de las me-

didadas por parte de la ciudadanía, como “Pese a horarios escalonados, abarrotan camiones” (El Informador, 23 de junio); “Cada vez más ciudadanos relajan las medidas preventivas de Covid-19” (El Occidental, 30 de junio) o reseñas personales sobre ciudadanos en el confinamiento, como “‘Frustra que no les importe’: familia confinada” (El Informador, 13 de junio).

ACTORES Y FUENTES

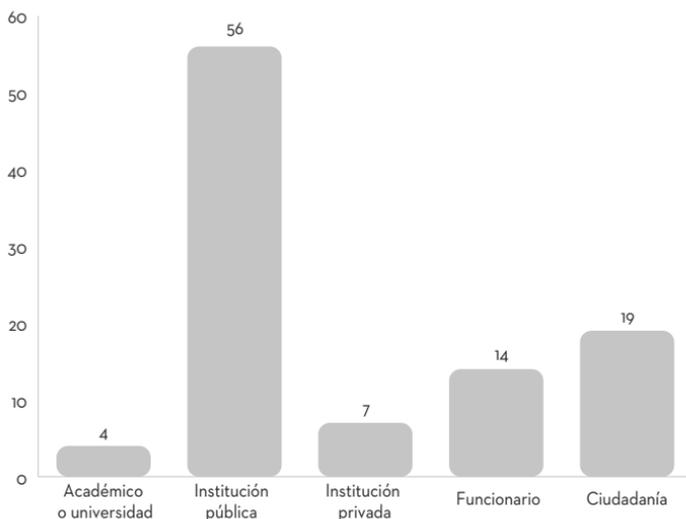
Para una mejor comprensión del enfoque que tuvieron las noticias seleccionadas también se identificó a los actores principales, tanto personas como instituciones, con la intención de hacer visibles a los portavoces de las noticias relacionadas con la pandemia y la diversidad de aquellos.

Las voces más replicadas por los medios observados fueron las de instituciones públicas, con presencia como actores principales en 44 de las 76 piezas. La Secretaría de Salud Jalisco fue el actor principal de las piezas informativas, con 17 apariciones, 20% del total estudiado.

También desde el gobierno el tipo de actor que se observó como actor principal de las notas en tercer lugar es el de los funcionarios públicos, con 11 piezas, con tres portadas con Enrique Alfaro Ramírez, gobernador del estado, como actor principal.

En cuanto a la ciudadanía retratada como actor principal de las piezas se observaron menos casos. En general estos titulares tratan sobre contagios y personas que realizan actividades, ya sea retomándolas tras la relajación de medidas, o bien omitiendo las recomendaciones de sana distancia, coincidiendo casi en su totalidad con aquellas piezas agrupadas en la categoría de sociedad.

FIGURA 1.2 TIPOS DE ACTORES PRINCIPALES EN LAS NOTICIAS DE LOS SEIS MEDIOS ESTUDIADOS



Entre los actores menos citados, cuatro menciones como actores principales representan a la iniciativa privada: la Cámara Nacional de Comercio (Canaco), la iniciativa privada de Jalisco y los mercados de la zona metropolitana de Guadalajara. Para finalizar, solo en dos ocasiones se hizo referencia en estas noticias de portada a académicos como actores principales, que corresponden a los urbanistas del Estudio 3.14 y el Colegio de Anestesiólogos de Jalisco.

Se contaron las fuentes utilizadas para cada texto incluyendo entrevistas, testimonios, boletines, ruedas de prensa, documentos y consultas de transparencia. En promedio, en el corpus seleccionado se utilizaron 1.6 fuentes por pieza. Debe destacarse que el modelo de fuente citada más extendido es la recuperación de declaraciones oficiales citadas

entre comillas, por ejemplo, de los comunicados emitidos por la Secretaría de Salud Jalisco.

CONCLUSIONES

Guiarse por las noticias destacadas en los portales de noticias observados muestra que la cobertura de la pandemia no encuentra en los medios de Jalisco mucha diversidad en su manejo. En cuanto al tipo de temas que se abordaron del mes observado, estos no fueron mucho más allá de estadísticas y conteos reportados por las autoridades estatales y federales.

Como referencia de otros temas que se podrían abordar, una conclusión parcial está en la misma definición de las demás categorías, que son representaciones de otros enfoques que podrían complementarse con los casos más típicos de cobertura.

Algunas noticias protagonizadas por actores de entornos académicos o de la sociedad civil organizada no fueron suficientemente relevantes para los medios observados como para que aparecieran de forma destacada en sus portales, lo que coloca a las instituciones públicas y sus funcionarios como los principales enunciadores de los discursos que llegan a estas plataformas. Queda más allá de los límites, pero como oportunidad de investigación futura, conocer las implicaciones de este dominio en términos prácticos.

De igual forma, queda testimonio del poco eco que se hace en estos medios de otro tipo de actores: se podría preguntar qué implicaciones tiene en términos de calidad de la información un panorama en el que se dé voz a académicos o miembros de la sociedad civil considerando la

importancia del conocimiento para la toma de decisiones en emergencias como la pandemia.

REFERENCIAS

Ante alza en casos de COVID-19, cero tolerancia en re-apertura (4 de junio de 2020). *El Informador*. Recuperado de <https://www.informador.mx/jalisco/Ante-alza-en-casos-de-COVID-19-cero-tolerancia-en-reapertura-20200604-0020.html>

Chávez, V. (14 de junio de 2020) Abren plazas, permanecen cerrados bares, antros y spas. *UDGTV*. Recuperado de <https://archivo.udgtv.com/noticias/abren-plazas-permanecen-cerrados-bares-antros-spas/>

“Frustra que no les importe”: familia confinada (13 de junio de 2020). *El Informador*. Recuperado de <https://www.informador.mx/jalisco/Frustra-que-no-les-importe-familia-confinada-20200613-0011.html>

Gobierno del Estado de Jalisco (2020). Enrique Alfaro pide a los jaliscienses quedarse en casa próximos 5 días para evitar meses de aislamiento por covid-19. *Boletín*. Recuperado el 20 de febrero de 2021 de <https://www.jalisco.gob.mx/es/prensa/noticias/102823>

Jalisco notifica 81 casos nuevos y ocho defunciones por covid-19 (2 de junio de 2020) *Milenio*. Recuperado de <https://www.milenio.com/politica/comunidad/coronavirus-jalisco-suman-2-mil-766-casos-151-fallecimientos>

López, I. (2020). En un día Jalisco notifica 27 muertes y 388 enfermos por Covid-19. *El Occidental*. Recuperado de <https://www.eloccidental.com.mx/local/en-un-dia-jalisco-notifica-27-muertes-y-388-enfermos-por>

covid-19-pacientes-coronavirus-contagio-5354197.html

Organización Mundial de la Salud (2020). Aplanemos la curva de la infodemia. Recuperado el 20 de febrero de 2021 de <https://www.who.int/es/news-room/spotlight/let-s-flatten-the-infodemic-curve>

Organización Mundial de la Salud (2020). COVID-19: cronología de la actuación de la OMS. Recuperado de <https://www.who.int/es/news/item/27-04-2020-who-timeline---covid-19>

Paláu, M.S. y Larrosa-Fuentes, J. S. (2014). *Manual para la observación de medios*. Guadalajara: ITESO.

Pese a horarios escalonados, abarrotan camiones (23 de junio de 2020). *El Informador*. Recuperado de <https://www.informador.mx/jalisco/Pese-a-horarios-escalonados-abarrotan-camiones-20200623-0024.html>

Ramírez, V. (17 de junio de 2020). Formalizan alianza Bajío-Centro-Occidente de gobernadores para reactivar economía. *El Occidental*. <https://www.eloccidental.com.mx/local/formalizan-alianza-bajio-centro-occidente-de-gobernadores-para-reactivar-economia-5377478.html>

Ramírez, V. (30 de junio de 2020). Cada vez más ciudadanos relajan las medidas preventivas de Covid-19. *El Occidental*. Recuperado de: <https://www.eloccidental.com.mx/local/noticias-ciudadanos-relajamiento-medidas-preventivas-coronavirus-covid-19-5433850.html>

Rodríguez, L. (12 de junio de 2020). Pandemia será responsabilidad de la población: Alfaro. *El Diario NTR Guadalajara*. Recuperado de https://ntrguadalajara.com/post.php?id_notas=150082

Alfaro y el coronavirus: un relato no siempre ganador

PALOMA ROBLES MURO

Para este ensayo realicé un análisis sociológico de la estrategia de comunicación de la lucha contra el covid-19 desde las cuentas de Twitter y Facebook del gobernador de Jalisco Enrique Alfaro Ramírez, de marzo a diciembre de 2020. En estas cuentas se refleja el funcionamiento, casi milimétrico, de la maquinaria de empresas de comunicación que apoyan al gobernador.

En la primera parte del artículo analizo la narrativa con la que se construyó la estrategia de comunicación del gobierno de Jalisco frente a la pandemia durante los meses de marzo a junio; tiempo en que se afianzó un modo de discurso unidireccional entre Alfaro y la ciudadanía, mediada por las redes sociales. En ese primer bloque de tiempo Alfaro ganó relevancia mediática, al convertir la gestión de la pandemia en una carrera contra las definiciones tomadas en el ámbito nacional. El ciclo virtuoso caracterizado por el tono retador que usó el gobernador, y que expongo en el segundo apartado del texto, se rompió en junio de 2020 con la muerte de Giovanni López, un muchacho que vivía en Ixtlahuacán de los Membrillos, Jalisco, arrestado por no llevar cubrebocas y luego asesinado por policías municipales. El siguiente momento, y que se expresa en el tercer apartado, surge con la exigencia de #JusticiaParaGiovanni y la subsecuente represión policial a las manifestaciones ciudadanas los días 4, 5 y 6 de junio, lo que develó el es-

tado real de las cosas en Jalisco. En este apartado analizo la comunicación del gobernador y el manejo desaseado de su discurso, evidenciando el vacío de sus alocuciones y la torpeza para conducir la crisis que demostró que el enemigo se encuentra dentro de casa.

En el último apartado hago un breve análisis de las estrategias seguidas de julio a diciembre, cuando la pandemia pasó a ser parte de la agenda rutinaria de gobierno. Termino con algunas ideas sobre el alcance del discurso político de Alfaro.

LA CONSTRUCCIÓN DE UN HÉROE

En toda historia de héroes se necesitan algunos elementos para convertirla en un verdadero clásico: un personaje, una promesa, una aventura, un enemigo al cual vencer; castigos para unos, regalos para otros y, al final, una moraleja. Y aunque la lucha contra el coronavirus esté en pleno apogeo, la historia que el gobernador de Jalisco, Enrique Alfaro, nos quiso contar en el primer periodo de marzo a junio de 2020 se parece más a un cómic de luchadores de coliseo: técnicos contra rudos, buenos contra malos.

Las definiciones públicas sobre el covid-19 quedaron delineadas en el año 2020 en más de 390 comunicaciones de la cuenta de Twitter @EnriqueAlfaroR, a partir de un relato ganador: la del héroe fuerte, luchando contra los embates que siempre vienen de fuera, “corrigiendo la plana” de sus adversarios, presumiendo en tercera persona que “somos muchos más” los que están a su favor; anunciando la aplicación de presupuesto público para ciertas áreas bajo la muletilla de “entrarle duro” a los temas de interés,

sobre todo los económicos, por hacer alusión a algunas de las frases favoritas de Alfaro.

Si algo caracterizó el primer periodo de la crisis por covid-19, en los meses de marzo a junio, fue la inflexibilidad. La ruta de la comunicación de Alfaro para la gestión de la pandemia siguió un guion estricto dictado por la coyuntura, en el que el gobernador encabezó todas las acciones.

Las juntas de trabajo de los funcionarios, y en algunos casos las ruedas de prensa virtuales, se realizaron lejos de la prensa. La información de estos eventos se distribuía en las redes sociales oficiales del gobierno del estado y del mandatario estatal. De esas reuniones se hacía un registro visual y luego se elaboraban piezas editadas, a modo de notas periodísticas de no más de cuatro minutos, en las que se enfatizaba los mensajes que el equipo de comunicación de Alfaro consideraba importantes. Estas piezas, en su discurso, no vislumbraron, en ningún momento, ninguna clase de autocrítica.

Desde el 15 de marzo de 2020 se tomó la medida de cierre total de actividades económicas, educativas y recreativas durante cinco días con la finalidad de mitigar la crisis y evitar el aislamiento en los meses subsecuentes. La medida se consideró no solo apresurada sino ineficaz. Lo cierto es que a partir de entonces las medidas restrictivas de aislamiento se fueron endureciendo al punto de llegar a ser sancionable salir a actividades no esenciales y la obligatoria portación de cubrebocas: “Póntelo, póntelo, póntelo o habrá consecuencias”, señalaba el *banner* de Twitter y Facebook de Enrique Alfaro en los meses de marzo y mayo.

En el ámbito de la comunicación con la ciudadanía se privilegió la figura del gobernador por encima del

secretario de Salud, Fernando Petersen Aranguren, y las medidas eran anunciadas por el propio Enrique Alfaro, quien tomaba la palabra; se elaboraron videos en los que salía a cuadro hablando a la cámara y dando indicaciones de carácter importante. Del 13 de marzo al 31 de diciembre de 2020 se realizaron 66 videos con ese estilo.

El relato de buenos y malos en la voz de Alfaro tiene como antecedente el 6 de diciembre de 2018, cuando el gobernador tomó posesión. Desde ese día se inició lo que él ha llamado “la refundación de Jalisco”. En el discurso de Alfaro, su llegada al gobierno del estado marcó un antes y un después, con lo que inauguró como forma de gobierno uno de los elementos narrativos universales: el de la fundación de una patria.

El retrato más fiel al argumento de la refundación es el poema la *Eneida*, de Virgilio. Eneas, el protagonista de la historia y sobreviviente de la guerra de Troya, intenta llegar a la tierra prometida en donde funda un nuevo imperio: el romano, no sin antes enfrentarse con valentía a los embates de la guerra y el amor, propios de su destino. En la *Eneida* la promesa de hacerse de una patria es una tarea que va más allá del individuo y se consagra en la comunidad que sigue al líder en toda su aventura, no sin demostrar en el camino falta de fe a la promesa y al líder. Eneas constantemente tiene que pelear con los suyos y convencerlos de seguir en el camino.

La historia de Eneas es la de cualquier líder político que busca ampliar los marcos de su discurso y acudir a la “tradicción” haciendo del ejercicio de gobierno y de su palabra una fase más de un proyecto histórico amplio para legitimarse de manera inapelable, tal como lo expone el politólogo argentino Gerardo Aboy Carlés (2001, 64-68).

Y es que el discurso político ha vuelto a la palestra de la esfera pública como un elemento configurador del campo de las decisiones públicas. La pandemia restableció a la palabra como una herramienta de poder fáctico, que primero enuncia y luego acomoda las instituciones al discurso, ajustándose a lo que ha planteado el teórico italiano Roberto Esposito (2020), quien afirma que la amenaza por el SARS-CoV-2 ha generado un doble proceso: “la medicalización de la política y politización de la medicina”.

En ese esquema vimos a figuras como Enrique Alfaro, que intentaron mostrar un dominio total de la crisis a través del discurso político. En el caso del jalisciense su estrategia se basó en las redes sociales y apuntalada por una maquinaria propagandística, la cual estuvo aceitada en los últimos diez años a base de contratos a empresas de comunicación, que desde lo privado han venido definiendo el rumbo de lo público. Esta estrategia permitió que Alfaro volviera a la arena política como mejor sabe hacerlo: como opositor político; en este caso opositor al Gobierno Federal y a las medidas contra covid dictadas desde la Ciudad de México.

Para la gestión de la crisis por covid-19 los medios de comunicación locales dejaron de ser actores clave en la representación de las medidas tomadas para enfrentar la crisis de salud pública. El gobernador prefirió intensificar la comunicación política interpersonal (Larrosa-Fuentes, 2020, pp. 9-13) y su figura a cuadro se volvió un símbolo inequívoco de que había un supuesto control de la crisis de salud.

A la luz de los meses que siguieron, ahora sabemos que la crisis de salud en mayo era apenas visible, los casos de contagio eran muy pocos y la comunicación se centró en la

rivalidad entre el gobierno federal y el gobierno de Jalisco por las pruebas rápidas, por la reconversión de espacios hospitalarios y por los tiempos para dictar las medidas de aislamiento en la población.

No es nueva en Alfaro la idea de una campaña de comunicación unidireccional y propagandística; una campaña que no promueve la producción del conocimiento público y que busca desvanecer el papel del trabajo crítico de las y los periodistas. Desde su cargo como alcalde de Guadalajara (2015–2017) Alfaro ha echado mano de esa idea de que los medios de comunicación locales son “mentirosos, chantajistas” (Marlo, 2020); las ruedas de prensa en su gestión municipal dejaron de existir y el entonces alcalde mandaba sus mensajes vía redes sociales evitando a la prensa local, salvo cuando fuera necesario aclarar —a su modo— algunas cuestiones.

En junio de 2017 Alfaro declaró: “Yo quiero ver a todos esos que escriben tantas cosas de mí, al periódico *Mural*, al *NTR*, a *La Crónica*, todas esas basuras, que escriben cosas todos los días, denigrando, ofendiendo, atacando. ¿Qué han hecho aparte de criticar, de atacar, de ofender, de mentir? Eso es lo que hay que cambiar” (El Diario NTR, 2019).

ALFARO CONTRA EL CORONAVIRUS

Al inicio de 2020 Enrique Alfaro no era un gobernador popular. Con apenas 15 meses de gobierno, su gestión se había desmoronado en la opinión pública. El 12 de marzo de ese año una encuesta de Consulta Mitofsky daba cuenta de que 71% de los jaliscienses reprobaba su gestión, colocándolo entre los 10 gobernadores de México peor evaluados.

El 15 de marzo, un día después de la publicación de estos resultados, el gobernador lanzó su primer *tweet* sobre la crisis de salubridad y dos días después canceló las actividades educativas de todos los niveles en el estado a través de un video transmitido por Twitter que fue visualizado por más de 94 mil personas. Luego, el 20 de marzo, Jalisco fue el primer estado en lanzar la suspensión de actividades económicas y recreativas por cinco días; el video obtuvo 2.1 millones de visualizaciones y convirtió así la batalla contra el virus en una carrera contra el Gobierno Federal por ir adelante en las medidas de contención de la pandemia y sus efectos económicos.

El heroísmo pandémico de Alfaro se alejó de la patria prometida de la *Eneida* y siguió más bien un guion de película de *El Santo*, en las que siempre hay un monstruo que enfrentar y el enmascarado pone el cuerpo para protegernos del mal.

Pero no hay que olvidar que la tierra prometida, como narrativa, requiere de una lucha colectiva. Lo que sorprende es que las batallas de Enrique Alfaro siempre hayan sido individuales y solo compartidas con un grupo de amigos, como en las películas de *El Santo*. Su clan de “socios”, como los llama él, lo integran su jefe de gabinete, Hugo Luna; el alcalde de Guadalajara, Ismael del Toro y el exsenador de Jalisco por Movimiento Ciudadano, Clemente Castañeda; todos contemporáneos suyos, todos ávidos de poder, todos técnicos que luchan contra los rudos.

La sociedad de amigos se acompaña de tres empresas de comunicación que dan forma a sus anhelos políticos: Euzen, La Covacha, gabinete de comunicación, e Indatcom, que de acuerdo con una revisión de transparencia para este artículo, de los cheques emitidos a esas empresas en el año

2020 se registraron pagos por 14.8, 14.9 y 34.7 millones de pesos, respectivamente, que suman un total de más de 64.4 millones de pesos gastados para labores de difusión de las acciones del gobierno de Alfaro, sin licitación expresa.

Euzen elabora las estrategias y narrativas de comunicación, que se ejecutan, la mayoría de las veces, en videos manufacturados por la empresa La Covacha, que se difunden en redes sociales, pautadas con presupuesto público por el tercer consorcio, Indatcom. Un negocio redondo que ostenta Rafael Valenzuela, otro de los aliados de Alfaro.

Los socios y las empresas de comunicación que han acompañado a Enrique Alfaro como diputado local (2007-2009); como alcalde de Tlajomulco (2010-2011); como candidato a gobernador y luego líder del partido Movimiento Ciudadano en Jalisco (2012-2013); como presidente de Guadalajara (2015-2017) y también como gobernador de Jalisco (2018-) son los autores de esta historia, que intentaron afianzarla a modo de relato entre justos y pecadores. Su cuidada narrativa no es más que una trama de grupo, lo cual les permite tomar relevos australianos, como en la lucha libre, para asumir distintos cargos públicos en distintos tiempos.

En la revisión de la cuenta de Twitter (@EnriqueAlfaroR) y de Facebook (www.facebook.com/EnriqueAlfaroR) del 15 de marzo al 31 de diciembre se observa cómo La Covacha y otras productoras aliadas elaboraron 49 *spots* publicitarios que reforzaron tres ideas: el orgullo jalisciense, la reactivación económica y la amenaza de cerrar todo y apretar el “botón de emergencia”. Además, en las redes sociales del gobernador se publicaron un total de 51 videos de ruedas de prensa y otras acciones de su gabinete, más otros 208 *tweets* con fotografías en el mismo periodo.

Fueron pocas las publicaciones exclusivamente escritas, casi todas llevaron imágenes con las que se buscó reforzar la idea de esfuerzo y orden. Pero destacó el mensaje del 23 de abril, cuyo contenido fue polémico. En un nuevo guiño a la facción más conservadora de sus seguidores el gobernador declaró lo siguiente:

Estaba en Casa Jalisco, en donde la gente me puso para ser gobernador, estaba en el lugar en que siempre soñé estar. Dios había decidido que me tocara estar al frente de esta crisis en mi estado por alguna razón y entendí que no nos iba a dejar solos [...] Es por los que están sufriendo y por los que están cuidándonos. Es por la gente consciente que cumple con su responsabilidad y también por los pendejos que siguen sin entender (Publicación en Facebook, Enrique Alfaro Ramírez, 23 de abril de 2020, 6:40 pm).

La publicación de Facebook obtuvo 59 mil reacciones y fue compartida 14 mil veces. El desfase en su discurso intentaba hacernos saber que, aunque estaba dando todo por sus gobernados, también renegaba, se cansaba y eso le daba permiso para vituperar a quien no se alineaba a su idea de orden.

Sus declaraciones dieron pie a una entrevista a escala nacional con Denisse Maerker en el programa estelar de noticias de Televisa. La lucha de Alfaro contra el coronavirus vino acompañada de una estrategia de difusión en medios nacionales e internacionales como la otorgada a Mario González para *CNN en español* el 26 de marzo y la última de 2020 a Carlos Loret de Mola el 3 de diciembre en *LatinUs*.

Según el recuento hecho para este artículo, desde el 15 de marzo al 31 de diciembre se realizó un total de 67 entrevistas en medios de comunicación. De esas conversaciones con la prensa, solo 21 de ellas se otorgaron a medios de comunicación de Jalisco. De ellas, llama la atención la entrevista otorgada a la periodista local Claudia Rebeca “Becky Reynoso” para Televisa Guadalajara el domingo 7 de junio. El encuentro con ella se dio en medio de la crisis por el escándalo de Giovanni López, el joven albañil de Ixtlahuacán de los Membrillos asesinado el 5 de mayo por policías municipales luego de haber sido detenido por no portar cubrebocas (Rosas, junio de 2020); “Póntelo, póntelo, póntelo o habrá consecuencias”, una consigna surgida en el palacio de gobierno y que le costó la vida. La entrevista en Televisa Guadalajara sirvió a Enrique Alfaro como espacio, libre de críticas, en donde pudo exponer su versión sobre lo ocurrido:

Lo que vivió nuestro estado en los últimos días no fue un asunto menor. No estamos hablando de marchas y manifestaciones, estamos hablando de que Jalisco recibió una embestida brutal de grupos de interés... de intereses difíciles de identificar, que construyeron una historia, que construyeron una estrategia, que buscaban que hubiera muertos en Jalisco.

La declaración del mandatario en esa entrevista dejó entrever que las manifestaciones habían sido orquestadas por grupos políticos antagónicos desde la Ciudad de México.

GIOVANNI, LA MUERTE QUE ROMPIÓ EL HECHIZO

El antecedente de la muerte de Giovanni data del 19 de abril. En un video con 400 mil vistas Alfaro dejó en claro que el confinamiento se volvía obligatorio. A partir de ese día solo se permitió salir de casa para actividades fundamentales y con cubrebocas, bajo el riesgo de ser multado o encarcelado por no hacerlo. Desde ese día fuimos testigos de varios abusos, como el de los policías de Tlaquepaque, que detuvieron de forma violenta a un hombre que caminaba a comprar víveres y no llevaba cubrebocas; lo mismo para el director de la preparatoria del municipio de Chapala, que fue detenido y golpeado por no poder demostrar que se dirigía a su domicilio. En estos acontecimientos se observó que los policías municipales no estaban entrenados para cuidar a la ciudadanía.

La noticia del asesinato de Giovanni causó conmoción en las redes sociales. En esos días la esfera digital ya ardía por las movilizaciones en Estados Unidos del movimiento #BlackLivesMatter. Con el *hashtag* #JusticiaparaGiovanni la sociedad civil de Jalisco expresó su inconformidad por las políticas restrictivas del gobierno de Jalisco. La rabia saltó a las calles y hubo movilizaciones afuera del Palacio de Gobierno la tarde del jueves 4 de junio. Fuimos testigos de la brutalidad policial en la detención de decenas de jóvenes que asistieron a la marcha. La violencia de la policía se recrudeció el día 5 de junio, cuando de nuevo jóvenes salieron a protestar a las afueras de la Fiscalía General del Estado por la liberación de los detenidos del día anterior y que fueron víctimas de desaparición forzada por parte de policías ministeriales, quienes, montados en camionetas sin placas, encapuchados y con armas de fuego, palos de

madera y bates detuvieron ilegalmente en las inmediaciones de la fiscalía a más de 80 jóvenes que asistían a la concentración (Robles, 2020).

La primera gran fisura en el discurso de Enrique Alfaro se abrió. Y es que del 3 al 7 de junio la comunicación del gobernador se enredó, todo el planteamiento narrativo del héroe que lo puede todo quedó resquebrajado con la violencia policial y la criminalidad con la que actuaron los policías ministeriales. Su salida a la crisis se dio en cuatro desastrosos actos:

Quiero decirles a las y los jaliscienses, de frente como siempre lo he hecho, que a mí también me duele, que también a mí me indigna y me da rabia que pasen estas cosas en México. Yo también quiero #JusticiaParaGiovanni y quiero justicia para todos los ciudadanos y haré todo lo que esté en mis manos para que eso suceda (Hilo de Twitter, Enrique Alfaro Ramírez, 4 de junio de 2021, 13:53 pm).

Por la noche, y después de las violentas detenciones de jóvenes que ejecutaron los policías estatales, y tras el intento de quemar a un policía a manos de un supuesto manifestante, el tono de Alfaro fue otro y atizó los ánimos de la gente al decir que detrás de las movilizaciones había otros intereses políticos:

Esos hechos ponen en evidencia que detrás de todo lo que está sucediendo, en este caso en Jalisco, hay intereses muy precisos y muy puntuales, contruidos desde la Ciudad de México, desde los sótanos del poder, que lo que buscan es dañar a Jalisco, no a su gobierno nece-

sariamente, dañar a nuestro estado, lastimar a nuestro estado en un momento difícil como el que estamos viviendo en medio de una emergencia sanitaria (videomensaje de la cuenta de Facebook de Enrique Alfaro Ramírez, 4 de junio de 2020).

El 5 de junio, en rueda de prensa convocada a las 9 de la mañana con el fiscal y el secretario de seguridad, el tono del gobernador permaneció beligerante; las manifestaciones habían sido orquestadas por gente de fuera

De estos 20 masculinos (detenidos) tenemos al menos cuatro de ellos originarios de otros estados, y al menos cuatro de ellos, también, con antecedentes penales. [...] La información que teníamos es que, justamente, lo que intentaban algunos, de las personas que se infiltraron y que generaron esta situación, era precisamente que la policía reaccionara y que hubiera un problema relacionado con el uso de la fuerza de la policía. Tuvi- mos que aguantar. Era un momento muy complicado, de mucha tensión, y creo que se actuó correctamente, pero de manera evidente, después de lo que vimos ayer, la instrucción y, por supuesto, la ruta que se va a seguir, es que, ante cualquier acto de provocación de este tipo, la policía va a seguir actuando con mucha prudencia, con mucha sensatez, pero no vamos a permitir que se ponga en riesgo la seguridad y la integridad (Facebook, Enrique Alfaro Ramírez, 5 de junio de 2020).

La prudencia y la sensatez de la que hablaba no concordaba con la brutalidad de los policías la tarde del jueves 4 de junio. Al día siguiente, en la concentración afuera de

la Fiscalía del Estado durante la tarde del 5 de junio, lo peor estaba por venir. La sociedad jalisciense fue testigo de la desaparición forzada de al menos cincuenta jóvenes que fueron bajados del transporte público y perseguidos en las calles para detenerlos ilegalmente, encerrarlos en jaulas; fueron amenazados de muerte y luego aventados a las orillas de la ciudad, con riesgo de no volver a casa.

El día 6 de junio la desaparición forzada de más medio centenar de jóvenes era noticia nacional y el tono de guerra cambió, pero antes de asumir su responsabilidad el gobernador Alfaro prefirió acusar en un video, en el que de nuevo sale a cuadro, que su propia fiscalía había sido tomada por el crimen organizado. No volvió hablar de los “sótanos del poder”:

[...] los hechos, los acontecimientos del día de ayer, responden a una línea de investigación sumamente preocupante. La posibilidad de que el mando policia-
co, mando de la policía ministerial y elementos de esa corporación que actuaron ayer de esa manera, pudieran haberlo hecho por instrucciones surgidas de otra fuente (videomensaje de Facebook, Enrique Alfaro Ramírez, 6 de junio de 2020).

¿Quién dio la orden y quién dio esta instrucción? Evidentemente no fue el Fiscal del Estado, tenemos certeza de eso. Lo que tenemos, también, es la obligación de investigar si esta instrucción surgió de algún lado que tenga que ver con grupos de la delincuencia [...] Existen elementos y datos que nos hacen pensar la posibilidad de que en las manifestaciones que puedan darse el día de hoy o en las próximas horas, pueda infiltrarse

la delincuencia organizada para generar un problema mayor. Les pido a todos, a todos los jaliscienses, que actuemos con sensatez, que nos demos cuenta de dónde estamos parados (videomensaje de Facebook, Enrique Alfaro Ramírez, 6 de junio de 2020).

Las detenciones arbitrarias de jóvenes con pinta de manifestantes siguieron hasta el sábado 6 de junio, cuando en medio de la presión mediática que lo hacía ver como un autócrata, el gobernador decidió liberar a todos los jóvenes detenidos. Pero el trauma de haber sido brutalmente retenidos y amedrentados después en sus domicilios, bajo el supuesto de “revisar que estuvieran bien” (en entrevista para Televisa Guadalajara con Becky Reynoso, 7 de junio de 2020), dejó cicatriz profunda en una nueva generación de jóvenes que decidieron expresar su inconformidad y que quedará en la memoria de Jalisco como uno de los peores atropellos a los derechos humanos.

“El soberano es quien decide sobre el Estado de excepción”, planteaba en 1927 el teórico Carl Schmitt en su tratado sobre *El concepto de lo político*, lo que el filósofo italiano Giorgio Agamben (2014, pp. 25) actualizó al afirmar que “el Estado de excepción” no se presenta como efecto de una guerra en la que se suprimen los derechos, sino como un “paradigma de gobierno” cada vez más “dominante en la política contemporánea” y que revive las atribuciones del poder ejercido por los monarcas; un poder unipersonal, que en la teoría política se denomina “el poder del soberano”.

Haber hecho obligatorias y sancionables las medidas provisionales por covid-19 y de la protesta social un motivo

de riesgo a la vida y de abuso policial fue, en efecto, una técnica de gobierno que implicó difuminar las normas vigentes, las democráticas. Porque salir de la casa y ser reprimido por no llevar cubrebocas o desaparecido por estar en desacuerdo con la violencia policial es reflejo del ejercicio de un gobierno autoritario, ensimismado en el yo, y no un proceso propio de un Estado garantista.

La inconstitucionalidad de las medidas definió un paradigma de gobierno, si no nuevo, restaurado, que revivió la autocracia priista de los años setenta que no permitía oposición ni críticas y el autoritarismo de la fallida guerra contra el narco, que habilitó la supresión de derechos fundamentales bajo el imperativo “del hacer morir” a los enemigos y “dejar vivir” (Foucault 2000, p. 218) a quien no oponía resistencia a los mandatos del régimen calderonista. A Enrique Alfaro y su equipo de comunicación les faltó visión histórica, sensibilidad humana y les sobró ego.

No es menor tener un gobernador que por ganar adeptos y lograr así colarse en la agenda pública nacional como un actor de relevancia esté dispuesto a todo, incluso a suprimir derechos fundamentales como la protesta o acusar de infiltración del narco para contener a la población.

Pero la vanidad tiene un límite, y la crisis por el asesinato de Giovanni enredó aún más la trama inicial de buenos contra malos y dejó entrever la incapacidad para resolver los problemas dentro de su propio equipo ante la imposibilidad de hacerse cargo de que el enemigo está en casa. La comunicación del gobernador llegó a un límite inimaginable, y esa idea de orden que tanto labró en los primeros meses de pandemia quedó expuesta y vaciada de sentido, dinamitando así las posibilidades —al menos

cercanas— de ser un contendiente real en la carrera por la presidencia de México.

DEL LÍDER AL ADMINISTRADOR

Tras la crisis por el asesinato de Giovanni, la narrativa y la forma de hacerse presente en la esfera digital cambió. De finales de junio a diciembre de 2020 las medidas de confinamiento continuaron, pero ya no como acciones extraordinarias, sino como parte de una rutina de gobierno que hacía el conteo semanal de contagiados.

Cuatro cosas caracterizaron el manejo de la crisis sanitaria en ese periodo. La primera, que pasamos de medidas restrictivas a un modelo de cuidado y de responsabilidad individual:

Con la adaptación del semáforo nacional a criterios diferenciados por entidad, en Jalisco podemos seguir con la reactivación gradual de nuestra economía, pero ojo, esto no es señal para bajar la guardia. Conoce lo que sigue en esta fase de responsabilidad individual (Twitter, Enrique Alfaro Ramírez, 26 de junio de 2020).

Segunda, las acciones de contención de la crisis sanitaria y su comunicación se concentraron en la “reactivación económica”, en la que comerciantes volvían a abrir sus negocios de forma escalonada. La figura semántica “reactivación económica” aparece en 66 de sus *tweets* emitidos entre abril y diciembre. En ese periodo la ciudadanía quedó representada por élites económicas con las que Alfaro entabló un diálogo continuo.

Gracias al equipo que hemos sabido hacer entre Gobierno, la iniciativa privada y la ciudadanía, la gran mayoría de las actividades económicas en nuestro estado se han reactivado, pero hay algunos otros giros que, por la pandemia, no han podido abrir sus puertas (Twitter, Enrique Alfaro Ramírez, 16 de octubre de 2020).

Tercera, la crisis sanitaria se volvió en un conteo semanal de cifras dadas a conocer por la mesa de salud. Sin embargo, a la par de la estrategia económica, los contagios se dispararon y mostraron cifras muy graves en octubre, cuando se instrumentó el primer “botón de emergencia”, otro de los conceptos más repetidos entre julio y diciembre (25 veces, véase la tabla 2.1).

Mientras países como Alemania, Francia y España anunciaron que retomarán medidas drásticas como el confinamiento total o parar en seco su economía, en Jalisco estamos actuando a tiempo y con responsabilidad para no llegar a esos extremos. De eso se trata el #BotónDeEmergencia. Aquí no hay paro total ni toque de queda. Por 14 días, de lunes a viernes, de 6 a. m. a 7 p. m., las actividades económicas seguirán como están. Es a partir de las 7 de la noche y durante 2 fines de semana cuando las actividades se restringen a lo esencial (Twitter, Enrique Alfaro Ramírez, 28 de octubre de 2020).

Cuarta, la diatriba de rivalidad contra las políticas federales de atención a la crisis por coronavirus quedó integrada en una figura nueva llamada “Alianza Federalista”, en la que Alfaro descargó su lucha contra el gobierno federal y, agrupándose con los gobernadores de oposición, creó

TABLA 2.1 DATOS DEL AVANCE DE LA PANDEMIA EN JALISCO EN RELACIÓN CON LAS MEDIDAS DE CONTENCIÓN ANUNCIADAS EN TWITTER POR EL GOBERNADOR ENRIQUE ALFARO

	19 de abril	29 de julio	27 de octubre	30 de diciembre
Confirmados acumulados	190	28,355	89,988	143,052
Hospitalizados	61	829	688	1,074
Defunciones	13	1,478	3,967	5,907
Tipo de medida anunciada	Medidas de restricción y sanción por salir.	Responsabilidad individual inicio de reactivación económica.	Inicio del primer botón de emergencia. Comercios abiertos con menos carga horaria. Centros recreativos y deportivos cerrados.	Segundo botón de emergencia que se extendió hasta febrero de 2021.
Tweets de anuncio cuenta @ EnriqueAlfaroR	"El #COVID19 llegó a un punto crítico y tenemos que dar un paso decisivo. Escucha con atención este mensaje para que sepas en dónde vamos y las medidas que tendrán que aplicarse a partir del lunes. Ayúdame a difundir" (19 de abril).	"Vamos terminando la reunión con la mesa de salud donde evaluamos cómo va avanzando la pandemia en Jalisco y lo que tendremos que hacer si rebasamos la incidencia de 400 casos por cada millón de habitantes. Detener la cadena de contagios del #COVID19 depende de todas y todos" (28 de julio).	"Este es un mensaje para Jalisco sobre el #BotónDe Emergencia. Escúchalo y compártelo. Es muy importante que todas y todos sepan de qué se trata, lo que conlleva y cómo juntos podremos salir adelante. Estamos #EnVivo" (28 de octubre).	"A partir de hoy y hasta el 10 de enero estarán vigentes las nuevas medidas para cortar la cadena de contagios de #COVID19 en el AMG y en Puerto Vallarta. Ojo, no es un paro total y el transporte público funcionará con normalidad, es un llamado a la conciencia y responsabilidad" (25 de diciembre).

un bloque político que utilizó la pandemia como eje de articulación para ciertas agendas de gestión pública, pero sobre todo para hacer frente a las declaraciones del presidente de México.

La Alianza Federalista hacía trabajo espejo con las mesas ciudadanas en las que discutía los mismos temas, pero en lo local, como la discusión del regreso a clases, la compra de vacunas o el pacto fiscal.

No hay certeza del alcance político del grupo ni ha habido transparencia en cuanto a los objetivos de este bloque “federalista”. En 2020 se realizaron siete reuniones presenciales y el gobernador Alfaro dedicó 18 comunicaciones en Twitter para hacer el seguimiento del avance de sus acciones.

CONCLUSIONES

El discurso político se colocó en el centro de la gestión de la pandemia en todo el planeta. Las definiciones tomadas en cada rincón del mundo fueron distintas, y podríamos evaluar su respectiva efectividad. En cuanto al resultado del relato creado en Jalisco, concluyo que, aunque el gobernador se dirigió siempre a la ciudadanía en primera persona y de tú a tú, descalificó a quien no se alineó a su idea de orden, sobre todo tratándose del confinamiento obligatorio y, en un segundo momento, contra quien expresó su inconformidad por el caso Giovanni.

El equipo de comunicación de Alfaro en la pandemia recurrió al *branding* o la construcción de marca por medio de *hashtags* para cada una de las políticas relativas a la gestión de esta, entre ellas #5DíasEnCasa, #PlanJaliscoCovid-19, #FaseCero, #RadarJalisco, #JaliscoSinHambre, #PlanPro-

tege, #ReactivaciónEconómica, #BotóndeEmergencia, #AlianzaFederalista, #JaliscoResiste. Pero la efectividad de sus propuestas quedó en suspenso pues no fueron transparentes ni sus resultados ni sus objetivos específicos, solo se conocieron las metas generales que fueron cambiando conforme a la coyuntura.

Enrique Alfaro optó en todo momento en hacer alianzas solo con las élites económicas y políticas, y aunque su comunicación en redes sociales iba dirigida al ciudadano se valió de algunos medios de comunicación nacionales —por encima de los locales— para hacer eco a sus definiciones respecto a la pandemia.

Para la gestión de la pandemia la prensa local dejó de ser un actor clave en la representación del discurso político. El gobernador prefirió intensificar la comunicación política interpersonal (Larrosa-Fuentes, 2020) pero no logró contener la acción colectiva, pues pese al riesgo de ser contagiados salieron en masa a las calles para exigir justicia por Giovanni.

La violencia policial rompió la ficción de héroe y hombre fuerte que combate el virus y se pulverizó frente a la realidad de Jalisco. Además, dejó en evidencia el rostro criminal del Estado, que no necesitó *spots* publicitarios para hacerse presente en la opinión pública y que en cuestión de minutos logró detener y desaparecer físicamente a más de 80 jóvenes inconformes con las políticas restrictivas y el abuso policial. No hubo *hashtag* que salvara la conversación; liberar a los presos fue la medida que mitigó los daños a la imagen del gobernador, pero no resarcó el daño causado a la ciudadanía.

Por último, la unidireccionalidad en la comunicación de Alfaro de julio a diciembre se mantuvo, pero, al hacer

responsables a la ciudadanía respecto de la acción colectiva y dejar en manos de ella la prevención del contagio, el gobernador renunció a su papel de líder moral y asumió uno más de tipo gerencial, que tomaba decisiones en grupo y conforme a datos, una versión de sí mismo que lo hacía lucir como un demócrata. Del caudillo, ungido por dios para combatir al virus, no quedó nada.

REFERENCIAS

- Aboy Carlés, Gerardo (2001). *Las dos fronteras de la democracia argentina: la reformulación de las identidades políticas de Alfonsín a Menem*. Rosario: Homo Sapiens Ediciones.
- Agamben, Giorgio (2014). *Estado de Excepción Homo Sacer*, II, I. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- El Diario NTR (6 de febrero de 2019). "Enrique Alfaro está obligado a tolerar el escrutinio público". Recuperado de https://www.ntrguadalajara.com/post.php?id_nota=118790.
- Esposito, Roberto (24 de marzo de 2020). "Biopolítica y coronavirus". *Filosofía & Co*. Recuperado de <https://www.filco.es/biopolitica-y-coronavirus/>
- Foucault, Michel (2000). *Defender la sociedad. Curso en el Collège de France (1975-1976)*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Larrosa-Fuentes, Juan S. (julio-diciembre de 2020). "Political Talk, Conversation, Discussion, Debate, or Deliberation? An interpersonal Political Communication Definition and Typology". *Global Media Journal México* 17(33), pp. 1-19.

- Marlo, Mario (2 de diciembre de 2020). “Gobernador de Jalisco llama mentirosos y chantajistas a medios de comunicación que critican su gobierno”. *ZonaDocs*. Recuperado de <https://www.zonadocs.mx/2020/02/12/gobernador-de-jalisco-llama-mentirosos-y-chantajistas-a-medios-de-comunicacion-que-critican-su-gobierno/>
- Robles, Paloma (13 de junio de 2020). En Guadalajara, ¿se cometieron levantones o desapariciones forzadas? A dónde van los desaparecidos. Recuperado de <https://adondevanlosdesaparecidos.org/2020/06/13/en-guadalajara-se-cometieron-levantones-o-desapariciones-forzadas/>
- Rosas, Tania (3 de junio de 2020). “Jalisco: Por no usar cubrebocas, policía lo detiene y lo regresan muerto”. *LatinUS*. Recuperado de <https://latinus.us/2020/06/03/por-no-usar-cubrebocas-policia-lo-detiene-lo-regresan-muerto/>
- Schmitt, Carl (2014). *El concepto de lo político*. Madrid: Alianza Editorial.

Transparencia y covid-19 en Jalisco

JOSÉ BAUTISTA FARIÁS

EL GOBIERNO DE JALISCO ANTE EL COVID-19

Entre los estudios de la rendición de cuentas, la transparencia y el derecho a la información existe consenso de que estos conceptos constituyen elementos centrales de una democracia y son herramientas que favorecen el diálogo y la comunicación entre el gobierno y los ciudadanos (Aguilar Rivera, 2015). En el presente artículo se aludirá a la transparencia entendida “como la divulgación de la información que producen las organizaciones públicas y que es útil para monitorear y evaluar las acciones/decisiones de los gobiernos” (Merino, 2018, p. 15). Como base en esta conceptualización se analizarán las acciones del gobierno Jalisco en torno al covid-19, así como el impacto de este en el derecho a la información de las y los jaliscienses.

El 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud (OMS) calificó como pandemia el brote de covid-19 (SARS-CoV-2), que surgió en Wuhan, provincia de Hubei, China, a finales de 2019 (OMS, 2020). Cinco días después al anuncio de la OMS el gobernador de Jalisco, Enrique Alfaro Ramírez, publicó en el *Diario Oficial del Estado* medidas para prevenir, contener, diagnosticar y atender la pandemia, entre las cuales destacaron la suspensión de clases del nivel básico al superior en las escuelas públicas y privadas del 17 de marzo al 20 de abril de 2020. También

se clausuraron de manera temporal los salones de fiesta, casinos, antros, centros nocturnos y bares. Los primeros casos de covid en Jalisco se presentaron el 14 de marzo en dos mujeres del municipio de Zapopan.

Entre las diversas medidas adoptadas por el Ejecutivo de Jalisco destacan:

- La activación de la “Línea COVID”, un *call center* para proporcionar información sobre el virus, orientar a la población de medidas preventivas y reportar los posibles casos.
- En coordinación con la Universidad de Guadalajara arrancó el sistema de detección epidemiológica activa, Radar Jalisco, orientado a la búsqueda de personas contagiadas con el virus (Gobierno de Jalisco, 2021, p. 12).
- El reforzamiento de la infraestructura y equipamiento de salud a través del Plan de Reversión y Escalamiento Hospitalario del Estado para la atención de los pacientes con covid.
- Se puso en marcha el “Plan Jalisco COVID-19”, con un presupuesto de mil millones de pesos, para proveer de apoyos económicos a las personas afectadas por las medidas preventivas y de contención de la pandemia.
- Se conformó la Comisión Interinstitucional, presidida por el secretario de Salud, con la finalidad de coordinar las acciones de las diversas dependencias del Poder Ejecutivo, los municipios, los prestadores públicos y privados de servicios hospitalarios, funerarios, de inhumación, cremación y demás análogos (Gobierno de Jalisco, 2021).

No obstante las medidas anunciadas, y otras más adoptadas por las autoridades de Jalisco, en varias ocasiones se ha activado el botón de emergencia ante el incremento de los casos de contagio por covid-19.¹ La primera, el 9 de julio; la segunda del 30 de octubre al 13 de noviembre, la tercera del 25 de diciembre de 2020 al 10 de enero de 2021 y la cuarta del 16 al 31 de enero, que se extendió hasta el 12 de febrero de 2021.

El gobernador Alfaro reconoció que el tema de salud no estaba considerado como una prioridad dentro del presupuesto de 2020 (Gobierno de Jalisco, 2021, p. 17). Frente a la emergencia de la pandemia, la Secretaría de Salud de esta entidad ha emitido 12 acuerdos en torno al covid-19, de marzo de 2020 a enero de 2021. Por su parte el Ejecutivo declaró ocho acuerdos fiscales y contrató un crédito a largo plazo por 6 mil 200 millones de pesos, así como dos créditos quirografarios (CQ) para el Plan Jalisco COVID-19, uno por 600 millones de pesos (CQ1) y otro por mil millones de pesos (CQ2).²

En un estudio sobre transparencia presupuestaria y adquisición de la deuda pública con motivo del covid-19, efectuado por el Comité de Participación Social (CPS) del Sistema Estatal Anticorrupción de Jalisco (SEAJ) y el Departamento de Políticas Públicas de la Universidad de Guadalajara, se verificó el grado de transparencia del gobierno de Jalisco en la publicación de información rela-

1. Según las autoridades de Jalisco, el botón de emergencia no representa un paro total, sino que se suspenden las actividades de la vida nocturna, actividades no esenciales y los fines de semana. Se acciona cuando se rebasan los 400 casos de incidencia por un millón de habitantes o si la saturación del sistema hospitalario llega a 50% de su capacidad.
2. Los créditos quirografarios son a corto plazo y tienen la particularidad de que no requieren de la aprobación del congreso.

cionada con la contratación de deuda pública para la atención de la pandemia. Los resultados reconocen la voluntad de transparentar la mayor cantidad posible de información por parte del gobierno y apuntan que “la disponibilidad de información sobre los procesos competitivos de adquisición de deuda tiene una valoración en general positiva”. No obstante, se señala que “no fue posible identificar información sobre el ejercicio del gasto de los recursos contratados ya que la página <https://coronavirus.jalisco.gob.mx> solo da razón sobre el CQ2 en su apartado de Transparencia Focalizada / Ejercicio del Gasto” (*Transparencia presupuestaria en los procesos competitivos de adquisición de deuda pública por motivo de la emergencia sanitaria COVID-19 en Jalisco*, 2020, p. 26).

Otro estudio sobre cómo responden los gobiernos estatales a la pandemia da cuenta de las diversas medidas adoptadas por los estados para hacer frente al covid-19. En el rubro de “transparencia y completud de la información” se comenta que idealmente los gobiernos deberían anunciar los detalles del funcionamiento de los apoyos otorgados, para que las personas conozcan los montos, el tiempo que durará y la frecuencia de estos, lo que contribuiría a la transparencia y rendición de cuentas. Los autores apuntan que en muchas medidas registradas no existe información suficiente sobre las características de los apoyos.

Por ejemplo, 50% de los apoyos económicos brindan información parcial sobre los atributos [...] 20% no contiene ningún tipo de información. Únicamente 30% de los apoyos económicos brindan información completa [...] todas las entidades federativas, con excepción de

la Ciudad de México, se encuentran por debajo de la mitad de la mayor cantidad posible de transparencia en los instrumentos que han anunciado (información de sus atributos, sustento en el periódico o gaceta oficial y presupuesto desagregado). Los tres primeros lugares son: Ciudad de México, Jalisco y Quintana Roo, mientras que los tres últimos son Tamaulipas, Tabasco y Chiapas (Cejudo *et al.*, 2020, pp. 24-27).

En el segundo Informe de Gobierno de Alfaro el tema central fue el covid-19 (Gobierno de Jalisco, 2021). Hay una amplia exposición sobre el inicio de la pandemia, las medidas adoptadas, los planes y programas instrumentados para la atención de salud y la reactivación económica, la ampliación, modificación y ejercicio de los presupuestos, así como un reclamo al trato que le ha dado la federación a Jalisco. Entre las lecciones que ha dejado la pandemia el Ejecutivo destacó:

- La revalorización de la salud como un derecho y un bien público básico para el desarrollo social y el progreso económico del estado.
- Repensar las prioridades de la vida privada y de la vida pública en que la salud ocupa un lugar central.
- La visibilización de la labor esencial del personal médico y la necesidad de contar con una eficiente infraestructura hospitalaria para la atención de emergencias, entre otras.

Sin mencionar explícitamente el tema de la transparencia en su segundo Informe de Gobierno, el gobernador dio

cuenta de las acciones adoptadas para la atención de la emergencia sanitaria, así como de los recursos ejercidos apoyado en gráficas y tablas, lo que facilitó su lectura y comprensión. Es una forma de “rendir cuentas” a los ciudadanos de lo que ha hecho el gobierno, resaltando los aspectos positivos, como suelen hacerlo los mandatarios en sus informes de gobierno. Por ejemplo, un aspecto que no se abordó es el escándalo del programa *A toda máquina*, que consiste en arrendamiento de maquinaria pesada para el campo otorgado con base en una licitación cargada de inconsistencias otorgada a favor de Romo Romero, dueño de Operadora de Servicios Mega, cuyo presupuesto asciende a 3 mil 634 millones de pesos.³ El caso ameritó la intervención de la contralora del Estado de Jalisco, Ma. Teresa Brito, quien después de una investigación constató la existencia de “faltas graves en el proceso (de licitación)”, y concluyó: “Tres funcionarios de la Secretaría de Administración cometieron presuntamente faltas administrativas en la licitación del programa A Toda Máquina” (Milenio Digital, 2019) y envió el expediente al Tribunal de Justicia Administrativa (Serrano Íñiguez, 2020b). Posteriormente, la Contraloría de Jalisco reservó la información durante cinco años, con el argumento de que “la información puede causar perjuicio grave a las estrategias procesales en procesos judiciales o administrativos cuyas resoluciones no hayan causado estado” (Serrano Íñiguez, 2020a).

Cuando se reserva información el sujeto obligado debe justificarlo y demostrarlo con base en una “prueba de

3. A finales de febrero de 2019 Romo Romero fue captado en imágenes televisivas en un partido de los Lakers de Los Ángeles, California, junto al gobernador Enrique Alfaro Ramírez, la diputada Mirza Flores Gómez (MC) y otros funcionarios.

daño”, previsto en el artículo 18 de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios (LTAIPEJM). Además, el Instituto de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales del Estado de Jalisco (ITEI), órgano garante, podrá auditar la correcta clasificación de la información y, en un momento dado, la Contraloría podrá expedir una versión pública del expediente en el que se supriman los datos reservados o confidenciales.

La transparencia no solo es responsabilidad del Ejecutivo, por lo que conviene revisar la actuación de su órgano garante y del Poder Legislativo, cuyo papel en la atención de emergencias como la del covid-19 son fundamentales para publicitar lo que hacen o dejan de hacer las autoridades, vigilar su actuación y el manejo de los recursos públicos para evitar desvíos y abusos de poder.

TRANSPARENCIA SOBRE COVID-19 EN JALISCO: ¿LIMITACIONES O CIERRE?

Con base en las medidas adoptadas por el gobernador Enrique Alfaro, el 11 de marzo de 2020 el pleno del ITEI aprobó (20 de marzo) el Acuerdo General 005/2020, mediante el cual se suspendieron —del 23 al 27 de marzo— “todos los procedimientos administrativos previstos en las leyes en la materia para todos los sujetos obligados de Jalisco”, con excepción de solicitudes de los expedientes médicos o datos sobre la salud del solicitante (ITEI, 2020b). Esta medida fue adoptada por los órganos garantes de los estados así como del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI), que suspendió actividades del 23 de marzo al 17 de

abril del mismo año. En el caso del ITEI, estos plazos se ampliaron mes con mes durante el 2020 y en lo que va de 2021, lo cual significa que la mayoría de los empleados laboran desde sus hogares, con lo que esto implica en términos de afectación de las dinámicas de trabajo y productividad (ITEI, 2020a).

La Asociación Mexicana del Derecho a la Información (Amedi), Jalisco, en un comunicado dirigido a la comunidad jalisciense, las autoridades gubernamentales de los tres niveles y al ITEI, expresó la necesidad de garantizar el acceso libre de toda la información pública proveniente de las autoridades sanitarias relacionadas con el covid-19, ya que esto no se contrapone con la protección de los datos personales. También demandó:

- Contar con un canal sobre el coronavirus covid-19 con información proactiva, veraz, completa, necesaria, oportuna y clara, sobre la contingencia y las acciones que se están tomando al respecto.
- Que todos los sujetos obligados, del Poder Ejecutivo, Legislativo, Judicial, Ayuntamientos, organismos autónomos, organismos descentralizados y desconcentrados privilegien y destaquen en sus sitios o portales de Internet, así como en sus redes socio-digitales, el canal de información sobre el coronavirus covid-19.
- Que se proporcione información geolocalizada sobre la afectación del coronavirus covid-19, garantizando la protección de datos personales, pero evitando la estigmatización de comunidades.

- Que los plazos suspendidos para atender solicitudes de información no tengan efecto en expedientes clínicos con datos personales.
- Que, en la medida de las posibilidades administrativas, se ponga a disposición pública toda la información concerniente a compras y contratación de servicios y bienes relacionados con la emergencia sanitaria por el coronavirus covid-19.⁴

Por su parte, Ciudadanos por Municipios Transparentes (Cimtra-Jalisco) exhortó a los gobiernos municipales del estado a transparentar de manera proactiva la información relativa al covid-19 a través de micrositios, que considere:

listado completo de convocatorias, requisitos, bases, etapas y datos de contacto para solicitar algún tipo de apoyo, además de los padrones de beneficiarios; monto total y desglosado de los recursos gastados por el municipio para atender la pandemia, y señalar en qué tipo de apartado se gasta: equipos, sanitización, contratación, etc. Publicar en datos abiertos la información sobre las compras y contrataciones públicas realizadas (Ríos, 2020).

En respuesta, el Gobierno de Jalisco puso en marcha el micrositio: <https://coronavirus.jalisco.gob.mx/> que dispone de información proactiva acerca de: qué es el covid,

4. Véase Posicionamiento de Amedi Jalisco respecto al derecho a la información durante la emergencia sanitaria por covid-19, 24/03/20. Recuperado el 10 de febrero de 2021 de <http://www.amedijalisco.org.mx/comunicados/posicionamiento-covid19/>.

acciones de gobierno, mantente informado, transparencia focalizada, datos abiertos y mapa de casos. Cada bloque despliega datos sobre las acciones, decisiones y noticias ligadas al coronavirus. En transparencia focalizada se encuentran:

- a) decretos, acuerdos y lineamientos
- b) asignaciones presupuestales
- c) créditos
- d) ejercicios del gasto
- e) sociales y otros apoyos
- f) acceso a expedientes médicos
- g) otros documentos
- h) Comisión Interinstitucional para la Reactivación Económica
- i) donaciones
- j) mesa especializada de salud

El micrositio es amigable, ha incorporado nuevos apartados y presenta información actualizada sobre el covid-19.

Por su parte, el ITEI cuenta con un apartado especial: “Acuerdos del pleno del ITEI relativos al COVID-19”, los cuales se pueden descargar, además del sitio “Tips para cuidar tus datos personales sobre el COVID-19” (#EresTusDatos). También elaboró un informe sobre solicitudes de información en torno al covid-19, generadas a través de la Plataforma Nacional de Transparencia (PNT) y el Sistema de Solicitudes de Información del Estado de Jalisco (Infomex). El reporte comprende de enero a diciembre de 2020, y en los primeros dos meses de ese año se recibieron solo tres solicitudes (una en enero y dos en febrero). “A

partir de marzo se incrementaron exponencialmente las solicitudes. En 41 semanas (del 12 de marzo al 31 de diciembre) se han recibido un total de 2,471 solicitudes” (ITEI, 2020c, p. 3). La información está agrupada por semanas; en la del 18 al 24 de mayo se registraron 222 solicitudes, el máximo alcanzado en 2020.

El ITEI reporta que a partir de marzo de 2020 el sujeto obligado que más solicitudes recibió sobre el covid-19 fue la Coordinación General Estratégica de Desarrollo Social, seguido de Servicios de Salud Jalisco, con 369 y 170 solicitudes respectivamente (véase la tabla 3.1).

En cuanto a las solicitudes de información por tipo de sujetos obligados, los Ayuntamientos son los que registran el mayor número con 998 solicitudes, seguidos de la Administración Pública Descentralizada con 812 solicitudes (véase la tabla 3.2).

De las 2,471 solicitudes sobre covid-19 realizadas de marzo a diciembre de 2020, 48% (1,178) fueron hechas por hombres, 40% (993) por mujeres y 12% (300) no especificaron.

El informe del ITEI sobre solicitudes covid-19 no da cuenta del número de solicitudes rechazadas ni de los posibles motivos del rechazo. Tampoco especifica los tópicos sobre los cuales se registraron mayores solicitudes de información en relación con este asunto (por ejemplo: compra de equipo, medicamentos, etc.; comprobación de gastos, contrataciones de servicios, etc.). Lo evidente es que los ciudadanos demandaron información sobre el covid y el gobierno respondió de manera proactiva a través de la creación del micrositio.

En el XV informe anual de actividades y evaluación general de 2020, Cynthia Patricia Cantero Pacheco, comi-

TABLA 3.1 SOLICITUDES DE INFORMACIÓN SOBRE COVID-19 POR SUJETO OBLIGADO

Núm.	Sujetos obligados	Solicitudes
1	Coordinación General Estratégica de Desarrollo Social (Educación, Salud, Asistencia Social, Igualdad Sustantiva, Cultura y Procuraduría Social)	369
2	OPD Servicios de Salud Jalisco	170
3	Secretaría General de Gobierno	122
4	Ayuntamiento Constitucional de Guadalajara	72
5	Ayuntamiento Constitucional de Zapopan	69
6	Hospital Civil Guadalajara	62
7	Universidad de Guadalajara	51
8	Fiscalía Estatal	45
9	Coordinación General Estratégica de Seguridad	43
10	Despacho del Gobernador y Unidades Auxiliares del Gobernador	41
11	Otros Ayuntamientos (123)	617
12	Otros sujetos obligados (246 sujetos obligados)	610

Fuente: Coordinación General y de Proyectos Estratégicos del ITEI.

sionada presidenta del ITEI, reportó que durante el 2020 se presentaron un total de 142,294 solicitudes de información, esto es, 2% menos que los recibidos en 2019 (145,432). 95% de las solicitudes de información (135,556) se tramitaron vía electrónica, lo que significa un incremento considerable en el uso de las tecnologías de información por parte de los ciudadanos para enterarse de lo que hace el gobierno. Del total de solicitudes de información registradas durante 2020, 1.7% (2,471) se relacionaron con el covid-19.

En el informe se reporta que el pleno del ITEI aprobó 40 dictámenes de vigilancia a la verificación de 2020, que se refieren a inconsistencias encontradas tanto en el portal

TABLA 3.2 SOLICITUDES DE INFORMACIÓN DE COVID-19 POR TIPO DE SUJETO OBLIGADO

Núm.	Solicitudes por tipo de sujeto obligado	Solicitudes
1	Ayuntamientos	958
2	Administración pública centralizada	812
3	Organismos públicos descentralizados	365
4	Sistemas para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF)	142
5	Estatales	36
6	Otros	21
7	Personas físicas o jurídicas que reciben recursos públicos o ejercen actos equiparables a los de autoridad	21
8	Organismos autónomos	20
9	Organismos públicos descentralizados intermunicipales	18
10	Fideicomisos públicos estatales con estructura	15
11	Partidos políticos nacionales acreditados ante el IEPC	14
15	Mujer	4
16	Organismos públicos descentralizados	3
17	Municipales	3
18	Fideicomisos públicos estatales con estructura	2
19	Consejo Municipal del Deporte de Guadalajara	2
20	Sindicatos	2
21	Poder Judicial	1
22	De organismos públicos descentralizados	1
23	Juventud	1
24	Otros órganos y entes públicos que generen, posean o administren información pública	1
25	Poder Judicial	1

Fuente: Coordinación General y de Proyectos Estratégicos del ITEI.

de Internet del sujeto obligado como en el SIPOT⁵ de la Plataforma Nacional de Transparencia.

¿Qué tan significativa es la baja de 3,138 solicitudes menos (lo que representa 2%) en las solicitudes de in-

5. Sistema de Portales de Obligaciones de Transparencia.

formación en 2020 respecto de 2019? Sin duda es un dato relevante si tomamos en consideración la afectación del derecho a saber de un número importante de ciudadanos y que puede ser atribuido al “cierre de oficinas” o a la baja de actividades del ITEI y de las instituciones gubernamentales de los distintos poderes y niveles de gobierno. Otro dato que conviene subrayar es que este “cierre” no solo tuvo consecuencias en el número de solicitudes de información (hay también actividades de vigilancia y auditoría de la información que se vieron mermadas) sino también en las evaluaciones que realiza el ITEI a los sujetos obligados, ya que en la página del órgano garante solo aparece el *Ranking* de vigilancia 2020 de los DIF municipales, pero de los demás sujetos obligados no hay información.

Durante la emergencia sanitaria (próxima a la semana en que se registró el mayor número de solicitudes de información por covid-19) se publicó la convocatoria para la elección del comisionado del ITEI, por haber concluir el periodo anterior. ¿Cómo se llevó a cabo este proceso y cuál fue su resultado?

LA ELECCIÓN DEL COMISIONADO DEL INSTITUTO DE TRANSPARENCIA, INFORMACIÓN PÚBLICA Y PROTECCIÓN DE DATOS

El 29 de mayo de 2020 la Comisión de Participación Ciudadana, Transparencia y Ética en el Servicio Público (CPCTESP) del Congreso de Jalisco publicó la convocatoria para la elección del comisionado del ITEI, en virtud de que Salvador Romero Espinosa concluyó su periodo. De 16 aspirantes al cargo solo 15 realizaron el examen para ocupar ese cargo, entre ellos Romero.

A diferencia de la elección efectuada por los diputados para la designación de los consejeros de la judicatura del Poder Judicial, en la que se violentó la normatividad para imponer la vieja costumbre de “cuotas y cuates” (Tous-saint, 2020), en esta ocasión intervino el Consejo Consultivo del ITEI, integrado por universidades, organismos empresariales y miembros de organizaciones civiles, con base en lo establecido en el artículo 46 de la LTAIPEJM en la cual se dispone que los diputados, constituidos en asamblea, elegirán —cuando menos las dos terceras partes— al comisionado(a) a propuesta del Consejo Consultivo. Además, expertos en la materia diseñaron, aplicaron y calificaron los exámenes, hubo observadores ciudadanos durante el examen y los resultados se dieron a conocer el mismo día, con la posibilidad de hacer aclaraciones.

De los que hicieron el examen —el 3 de julio— para ocupar el cargo de comisionado del ITEI, cinco obtuvieron la calificación mínima de 80 que exige la ley, la nota más alta fue de 96 y la más baja de 60. Los aspirantes que pasaron fueron: Natalia Mendoza Servín (96), Salvador Romero Espinosa (88), Olga Navarro Benavides (84), María Guadalupe Plascencia Vázquez y Rafael Ríos Nuño (ambos 82). El Consejo Consultivo del ITEI verificó y validó el cumplimiento de los requisitos de los aspirantes, elaboraron un dictamen que enviaron al Congreso para la decisión final de los diputados (Consejo Consultivo del ITEI, 2020). El 20 de julio, sin mucha discusión por parte de los legisladores, eligieron —con 28 votos a favor— a Romero por un periodo de cinco años más.

El proceso de esta elección estuvo a cargo de los diputados que integran la CPCTESP. Durante las entrevistas con los aspirantes se criticó que no estuvieron presentes

todos los integrantes de la citada comisión, la brevedad de tiempo otorgado (no más de cinco minutos) y el poco interés mostrado por los diputados en esta actividad. Se cuestionó que los diputados no incluyeran en el proceso de elección una entrevista pública con los aspirantes al cargo que pasaron a la siguiente fase (los que obtuvieron puntuación mínima de 80).

También se cuestionó la designación debido a que, con este segundo periodo más los cinco años del actual, Romero alcanzaría un total de nueve años y la LTAIPEJM establece que un funcionario de su tipo no puede durar más de siete años en el cargo. En respuesta, Romero expuso que si estuviera prohibido repetir, la misma ley lo establecería:

La redacción dice “serán nombrados por plazos de siete años”, entonces mi plazo nunca supera los siete años porque son dos plazos diferentes, técnicamente voy a tener que hacerme entrega-recepción porque técnicamente yo culminé un nombramiento y voy hacer entrega-recepción. Cynthia (Cantero), actual presidenta del ITEI, hizo entrega-recepción, concluye no hay una continuidad, aunque matemáticamente si lo sumamos sí la hay pero jurídicamente no existe un nombramiento de nueve años (Meléndez, 2020).

La aclaración no es muy convincente porque, en efecto, sumando los dos periodos, Romero acumularía nueve años como comisionado. Sin embargo, el Consejo Consultivo del ITEI en su dictamen de verificación de los requisitos de elegibilidad señaló que Romero sí cumplía con estos; además, los diputados no hicieron ningún cuestionamiento

a este respecto. En opinión de algunos periodistas, Romero llega de nuevo como una cuota del PAN, situación que se mencionó tanto en la primera como en esta ocasión (Pérez, 2020).

La intervención de los intereses político partidistas en las designaciones de ciertos cargos públicos es un hecho publicitado por los medios de comunicación y en algunos casos está documentado (Bautista Farías, 2012; Robles Muro, 2009). La diferencia en la elección citada con otros organismos autónomos del estado es la participación de un órgano ciudadano, el Consejo Consultivo del ITEI, así como de especialistas de universidades que elaboran, aplican y califican un examen de conocimientos básicos sobre aspectos normativos. Esto funciona como filtro, pero no impide que un aspirante que tiene el respaldo de un partido político y apruebe el examen ocupe un cargo público.

No obstante estos arreglos institucionales para observar y vigilar las designaciones públicas con participación limitada de los ciudadanos, los diputados no siempre salen bien librados ante la opinión pública debido a que sus intereses partidistas no concuerdan con los de la sociedad civil. Además, según estudios realizados por Cimtra-Jalisco y el Observatorio Legislativo del ITESO, el Poder Legislativo de Jalisco no ha estado a la altura de las exigencias de transparencia y apertura a la participación ciudadana que demandan los tiempos actuales, como veremos a continuación.

EL CONGRESO DE JALISCO ANTE EL COVID-19

Los congresos ocupan un lugar central en la atención de emergencias sanitarias como la que enfrentamos por motivo de la pandemia por varias razones: son los respon-

sables de la autorización de ampliación de presupuestos y contratación de deuda del Ejecutivo; su papel es esencial en la creación y modificación de normas jurídicas para adecuarse a las exigencias y necesidades del entorno y son los responsables de la fiscalización y vigilancia del buen uso de los recursos públicos, a través de las Entidades de Fiscalización Superior.

De acuerdo un reporte de #CongresosVirtuales, en abril de 2020 solo cuatro congresos locales (Colima, San Luis Potosí, Baja California y Chiapas) tuvieron plenarios presenciales para reformar la ley orgánica del congreso y su reglamento para sesionar vía remota; de estos solo Chiapas sesionó aplicando estos cambios. Únicamente Coahuila y Tlaxcala realizaron sesiones virtuales sin reformas al marco normativo. Los congresos que han tenido reuniones de comisiones vía remota son los de Ciudad de México, Guanajuato, Oaxaca, Puebla y Zacatecas. Veintiún congresos locales no han tenido actividad en retorno ni reformas a este respecto (Visión Legislativa, 2020).

En el caso de Jalisco, el 23 de abril los diputados aprobaron diversas leyes estatales con el fin de hacer legales las sesiones, reuniones gubernamentales y de otros entes, por medios telemáticos, electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, en casos excepcionales como la emergencia sanitaria.⁶ Un mes después, por mayoría de votos de los diputados de Movimiento Ciudadano, declinaron auditar en tiempo real los gastos relacionados con la pandemia del covid-19 y votaron en contra de revisar las cuentas del extinto Seguro Popular señalado de corrupción en las administraciones estatales anteriores (Notimex, 2020).

En el caso del covid-19, el colectivo Cimtra diseñó una herramienta (Cimtra-Covid) para identificar la informa-

ción que durante la emergencia de salud debería estar disponible en las páginas de los congresos estatales para notificar a los ciudadanos de manera proactiva acerca de las acciones y los recursos públicos destinados a hacer frente a la contingencia de salud. A través de Cimtra-Covid se verificó el cumplimiento de algunos criterios por parte de los congresos: a) que la información publicada en los portales web se disponga en formatos abiertos (Word, Excel, cvs, etc.), sin que medie solicitud de información u otro tipo de requisito para acceder, y b) que la información disponible se encuentre actualizada al 31 de octubre de 2020. Los datos se levantaron del 15 de noviembre al 11 de diciembre de ese año. Esta es la segunda evaluación que se realiza a la totalidad de congresos locales del país.

Los resultados de la evaluación Cimtra-Covid de los 32 congresos estatales fueron los siguientes: a) solo siete congresos (21.8%) obtuvieron una calificación arriba de 60 puntos (aprobatoria): Veracruz y Campeche (ambos con 100); Yucatán (80); Aguascalientes, Jalisco, Puebla y Sonora (todos con 60); b) el promedio de calificación de los congresos estatales fue de 31% (de 100), y c) nueve Congresos (28.1%) no presentaron ningún tipo de información (Cimtra, 2021). Véase el *ranking* de los congresos en la tabla 3.3.

En términos generales, según Cimtra, los congresos locales presentan un serio déficit de transparencia y una baja en la proactividad, pues publicitan las actas y los acuerdos

6. Las leyes estatales modificadas fueron: de Gobierno y Administración Pública Municipal; Servidores Públicos; la Orgánica del Poder Legislativo; del Tribunal de Justicia Administrativa; la del Tribunal Electoral; de la Comisión Estatal de Derechos Humanos y Transparencia y Acceso a la Información Pública.

sobre el covid, pero apenas tres, del total, reportan sobre gastos y facturas. En sus conclusiones destacan:

1. Que la contingencia sanitaria covid-19, además de resaltar las desigualdades y deficiencias gubernamentales, ha puesto de manifiesto que el derecho a la información, la rendición de cuentas y el combate a la corrupción sigue siendo un reto (y un pendiente) para las instituciones públicas.
2. El derecho a saber es un detonante para la garantía de otros derechos como la salud, la educación, el medio ambiente, entre otros, de ahí que suspender plazos para la atención de solicitudes de información sin activar un plan emergente es seriamente preocupante.

Con respecto al Congreso de Jalisco, en la primera evaluación Cimtra-Covid (mayo) obtuvo una calificación de 20 puntos (de 100): no contaba con un micrositio especial, no publicaba las actas de los recursos extraordinarios aprobados ni las facturas de compras y los contratos; tampoco informó de los gastos mes a mes ni el acumulado para atender el covid. En la segunda evaluación (noviembre) pasó de 20 a 60 puntos. Se avanzó en la creación de micrositio sobre el covid en la página web del Congreso Jalisco; en la publicación de actas y minutas de los recursos extraordinarios aprobados y en la difusión de los acuerdos normativos en torno al covid-19. Quedó pendiente lo relacionado con la comprobación de gastos y contrataciones públicas, así como los informes de gastos mes a mes y acumulados para atender el covid.

TABLA 3.3 RANKING DE CONGRESOS ESTATALES CIMTRA-COVID 2020, SEGUNDA VUELTA

Congreso Estatal	Calificación	Fecha	Vuelta	Lugar / Vuelta 2
1. Veracruz	100	Nov 20	2	1
2. Campeche	100	Nov 20	2	1
3. Yucatán	80	Nov 20	2	2
4. Aguascalientes	60	Dic 20	2	3
5. Puebla	60	Nov 20	2	3
6. Sonora	60	Nov 20	2	3
7. Jalisco	60	Nov 20	2	3
8. Zacatecas	40	Dic 20	2	4
9. Coahuila	40	Dic 20	2	4
10. Nayarit	40	Nov 20	2	4
11. Querétaro	40	Nov 20	2	4
12. Ciudad de México	40	Nov 20	2	4
13. Quintana Roo	40	Nov 20	2	4
14. Chihuahua	40	Dic 20	2	4
15. Guanajuato	20	Nov 20	2	5
16. Sinaloa	20	Dic 20	2	5
17. Michoacán	20	Dic 20	2	5
18. Tabasco	20	Dic 20	2	5
19. San Luis Potosí	20	Nov 20	2	5
20. Guerrero	20	Nov 20	2	5
21. Durango	20	Nov 20	2	5
22. Baja California Sur	20	Dic 20	2	5
23. Hidalgo	20	Dic 20	2	5
24. Chiapas	0	Nov 20	2	6
25. Colima	0	Dic 20	2	6
26. Baja California	0	Dic 20	2	6
27. Nuevo León	0	Nov 20	2	6
28. Tamaulipas	0	Dic 20	2	6
29. Estado de México	0	Nov 20	2	6
30. Tlaxcala	0	Dic 20	2	6
31. Oaxaca	0	Dic 20	2	6
32. Morelos	0	Dic 20	2	6

Fuente: Cimtra, publicado el 28 de enero de 2021.

En términos generales, los congresos estatales en México son un poder poco transparente, al grado de que a un año de declarada la pandemia nueve legislaturas no cuentan con un micrositio especial para informar acerca de las resoluciones tomadas en torno al covid-19. Asimismo, únicamente el Congreso de Sonora aprobó la realización de auditorías del gasto en tiempo real, que es una tarea central para vigilar que no haya desviaciones ni abusos en el uso de los recursos públicos.

CONCLUSIONES

La emergencia sanitaria ocasionada por el covid-19 en Jalisco ha perjudicado el ejercicio de los derechos ciudadanos, entre ellos el acceso a la información pública y las evaluaciones de transparencia de los sujetos obligados. La suspensión de “todos los procedimientos administrativos previstos en las leyes en la materia para todos los sujetos obligados de Jalisco”, con excepción de solicitudes de los expedientes médicos (que se mantuvo de marzo a diciembre de 2020 y lo que va de enero y febrero de 2021), ha influido no solo en la disminución de las solicitudes de información sino también en el cumplimiento de las atribuciones del ITEI, según se puede observar en la baja en el número de evaluaciones realizadas, así como una disminución en las capacitaciones y asesoría a los ciudadanos, entre otros.

Si bien el Ejecutivo estatal ha tenido una actitud proactiva en materia de transparencia en torno al covid-19 (la línea COVID, Radar Jalisco, micrositio COVID, Plan Covid, etc.) y en algunos estudios ha tenido una valoración positiva, otros programas, como *A Toda Máquina*, han sido

fuertemente criticados por opacos, ilegales y derivados en demandas ante la Fiscalía Anticorrupción. Este caso fue retomado por el CPC del SEAJ como un caso paradigmático de corrupción que será sometido a un monitoreo por parte de ese organismo.

REFERENCIAS

- Aguilar Rivera, J. A. (2015). *Transparencia y democracia: Claves para un concierto*. INAI. Recuperado de <http://148.202.167.116:8080/xmlui/handle/123456789/1168>
- Bautista Farías, J. (2012). El diálogo en el diseño institucional y en la designación de los titulares de los organismos públicos autónomos de Jalisco. Propuestas para replantear su elección. En R. Acosta García (Ed.), *El diálogo como objeto de estudio* (pp. 335-358). Guadalajara: ITESO.
- Cejudo, G. N., Gómez-Álvarez, D., Michel, C. L., Lugo, D., Trujillo, H., Calep, P., & Campos, J. (27 de agosto de 2020). *Federalismo en COVID: ¿Cómo responden los gobiernos estatales a la pandemia?* Laboratorio Nacional de Políticas Públicas. Recuperado de <https://lnppmicrositio.shinyapps.io/FederalismoEnCovid/>
- Cimtra (2021). *Transparencia gubernamental en la información sobre el covid-19 en México* (Segundo informe; p. 33). Colectivo Ciudadanos por Municipios Transparentes. Recuperado de <http://www.cimtra.org.mx/portal/segundo-reporte-cimtra-covid-capitales-y-congresos/#more-1396>
- Consejo Consultivo del ITEI (2020). *Dictamen técnico (de la) convocatoria para la elección de un(a)*

- comisionado(a) del Instituto de Transparencia, Información Pública y Protección de Datos Personales del Estado de Jalisco y su suplente. ITEI.
- Gobierno de Jalisco (2021). *Segundo informe de gobierno. En la adversidad Jalisco Resiste*. Gobierno del Estado de Jalisco.
- ITEI (2020a). *Acuerdo General del Pleno del Instituto de Transparencia, Información Pública y Protección de Datos Personales: AGP-ITEI/001/2021*. Instituto de Transparencia, Información Pública y Protección de Datos Personales. Recuperado de <https://www.itei.org.mx/v3/micrositios/covid19/>
- ITEI (2020b). *Acuerdo General del Pleno del Instituto de Transparencia, Información Pública y Protección de Datos Personales: AGP-ITEI/006/2020*. Instituto de Transparencia, Información Pública y Protección de Datos Personales. Recuperado de <https://www.itei.org.mx/v3/micrositios/covid19/>
- ITEI (2020c). *Información a tu alcance. COVID-19, solicitudes de información Jalisco* (p. 9). Instituto de Transparencia, Información Pública y Protección de Datos Personales del Estado de Jalisco. Recuperado de https://www.itei.org.mx/v3/micrositios/covid19/doc/infoalcance_covid19.pdf
- Meléndez, V. (21 de julio de 2020). Eligen a Salvador Romero como comisionado del ITEI; acumularía 9 años. *UDG-TV*. Recuperado de <https://udgtv.com/noticias/eligen-salvador-romero-comisionado-itei/>
- Merino, M. (2018). *Opacidad y corrupción: Las huellas de la captura*. Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales.

- Milenio Digital (29 de mayo de 2019). Hay faltas administrativas en licitación de maquinaria en Jalisco. *Milenio Jalisco*. Recuperado de <https://www.milenio.com/politica/comunidad/hay-faltas-administrativas-en-licitacion-de-maquinaria-en-jalisco>
- Notimex (20 de mayo de 2020). Congreso de Jalisco rechaza auditar en tiempo real gasto por COVID-19. *Político*. Recuperado de <https://politico.mx//minuta-politica/minuta-politica-estados/congreso-de-jalisco-rechaza-auditar-en-tiempo-real-gasto-por-covid-19/>
- OMS (27 de abril de 2020). *COVID-19: Cronología de la actuación de la OMS*. Organización Mundial de la Salud. Recuperado de <https://www.who.int/es/news/item/27-04-2020-who-timeline---covid-19>
- Pérez, J. P. (21 de julio de 2020). Reeligen como comisionado del ITEI a Salvador Romero. *NTR Guadalajara*. Recuperado de https://www.ntrguadalajara.com/post.php?id_notas=152028
- Ríos, J. (18 de abril de 2020). Cimtra exhorta a municipios a crear micrositios sobre covid-19. *UDG TV*. Recuperado de <https://udgtv.com/noticias/cimtra-exhorta-municipios-crear-micrositios-covid-19/>
- Robles Muro, P. (2009). Transparencia en Jalisco, ¿un paso adelante? En J. S. Larrosa-Fuentes (Ed.), *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2009* (pp. 45-55). Guadalajara: ITESO.
- Serrano Íñiguez, S. (23 de noviembre de 2020a). Investigación de ATM, reservada. *NTR Guadalajara*. Recuperado de https://www.ntrguadalajara.com/post.php?id_notas=158313

- Serrano Íñiguez, S. (7 de diciembre de 2020b). Miente Al-faro; ATM sigue en la opacidad. *NTR Guadalajara*. Consultado en https://www.ntrguadalajara.com/post.php?id_nota=159014
- Toussaint, E. (21 de junio de 2020). Fraude. *El Informador*. Recuperado de <https://www.informador.mx/jalisco/Fraude-20200621-0015.html>
- Transparencia presupuestaria en los procesos competitivos de adquisición de deuda pública por motivo de la emergencia sanitaria COVID-19 en Jalisco* (Núm. 1). (2020). Comité de Participación Social del Sistema Estatal Anticorrupción de Jalisco; Departamento de Políticas Públicas de la Universidad de Guadalajara.
- Visión Legislativa (2020). *Congresos Virtuales y Legalidad en Pandemia de COVID-19*. Visión Legislativa. Recuperado de <http://visionlegislativa.com/congresos-virtuales-y-legalidad-en-pandemia-de-covid-19/>

El impacto de la pandemia en las prácticas periodísticas locales

RODRIGO SOSA GUZMÁN

NADA NUEVO BAJO EL SOL

Desde el inicio del confinamiento social en marzo de 2020 los trabajadores de los medios de comunicación —así como los de casi todos los sectores de la economía— se han visto asediados y amenazados por la inseguridad laboral, los despidos masivos, la reducción de sueldo y la indiferencia por parte de sus patrones a su estado de salud. Sin embargo, esto no es para nada algo nuevo en el gremio periodístico. Aunque la pandemia terminó por abrir por completo algunas grietas, muchas ya venían abriéndose desde hace mucho tiempo.

Así lo cuenta Brenda Sánchez en una entrevista. Ella empezó a trabajar en *Mural* cuando apenas salía de la universidad, en 2018. Le hacía mucha ilusión entrar en una redacción de la vieja escuela y más si se trataba de una tan reconocida como la del Grupo Reforma. A ella la contrataron por *outsourcing* con un sueldo de 9,500 pesos mensuales y con todas las prestaciones de ley. A Brenda el sueldo le pareció bajísimo, pero como acababa de salir de la universidad y sus papás aún la ayudaban con algunos gastos, qué más da, decidió aceptar el trabajo.

Al comienzo todo le ilusionaba, pero muy rápido le entró el disgusto. Jornadas laborales larguísimas, una carga de trabajo extenuante y una agenda que le parecía arcaica

fueron las cosas que más la desencantaron. Empezó como reportera de la fuente municipal pero luego de unos meses, cuando el estrés la desbordaba, Brenda pidió que la cambiaran a la sección de Cultura. Ahí duró otro tanto. Ya se sentía muy estancada y empezó a considerar renunciar a *Mural*. No fue necesario porque ellos fueron los que la despidieron en noviembre de 2019, junto con otros 20 trabajadores del diario. Brenda vive ahora en la Ciudad de México y trabaja en una empresa de *marketing* digital. Y aunque ella quisiera volver a ser periodista, está raramente agradecida porque no le tocó ser reportera en el inicio de la crisis sanitaria.

El caso de Brenda no es aislado, es más bien un ejemplo del ecosistema mediático en Jalisco. En un artículo acerca del tema, Perla Araceli Blas (2012, p. 66) concluye, después de entrevistar a reporteros de medios como *La Jornada Jalisco*, *Proceso Jalisco* y *Milenio*, que los mayores obstáculos para los trabajadores de los medios de Guadalajara son los sueldos bajos, largas jornadas laborales y la obsolescencia tecnológica que les impide competir con reporteros de medios nacionales e internacionales. En 2011, según la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, un reportero en Jalisco ganaba 174.67 pesos diarios. En 2020 la cifra fue de 275.90 pesos al día. Los reporteros que Perla entrevistó tenían una jornada laboral, en promedio, de 12 horas al día. Estos datos dejan en evidencia que el covid-19 no necesariamente creó nuevos problemas y nuevas crisis, sino que agudizó las que ya existían.

LA GOTA QUE DERRAMÓ EL VASO

El 17 de noviembre de 2019 se detectó en Wuhan el primer caso de covid-19. En México la primera persona contagiada fue detectada el 27 de febrero de 2020. La Organización Mundial de la Salud declaró, el 11 de marzo, que la propagación del coronavirus podría caracterizarse como pandemia. En Jalisco el primer caso se confirmó el 11 de marzo. Dos días después se inició un confinamiento que ha durado, de distintas formas, un año y medio. Muchas actividades se paralizaron, otras pasaron a una modalidad mixta y otras más transitaron a una digital, pero una gran parte de los periodistas han tenido que seguir con su trabajo de reporte en la calle.

La organización Artículo 19 (2020) subraya que después de los profesionales de la salud y las autoridades, quienes están en la siguiente línea de batalla son los periodistas. Durante la pandemia los trabajadores de los medios han tenido que realizar su labor bajo condiciones de precariedad laboral. En México hay 22 mil periodistas que trabajan sin ningún esquema de seguridad social, según la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo del Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Artículo 19 ha dado seguimiento a los casos de periodistas que han perdido la vida tras contagiarse de covid-19. En su última actualización, realizada el 23 de julio de 2021, la cifra ascendía a 123 periodistas fallecidos a causa de esta enfermedad. Una cifra superior a la de periodistas asesinados en nuestro país desde el comienzo del sexenio de Felipe Calderón en 2006, que es de 115 comunicadores. La ONG detalla que existe una

indiferencia generalizada en las direcciones de medios por cuidar la salud de sus trabajadores.

Así lo vivió Yunuén Mora, reportera de *El Informador*. Yunuén contó en una entrevista que entró a trabajar en *El Informador* en diciembre de 2018, poco después de graduarse de la licenciatura. Le gustó la idea de trabajar para el diario más antiguo y con mayor tiraje de la ciudad. Sus intereses periodísticos giraban en torno a temas medioambientales, pero en el periódico le tocó trabajar con la fuente de salud. Cuando empezó la crisis sanitaria en Jalisco ella tuvo que cubrirla. Ha tenido que ir constantemente a las clínicas donde están las personas con covid-19 a entrevistar a los familiares de los pacientes y al personal de salud expuesto al virus. Además, realizó la cobertura de otros actos masivos, como las manifestaciones por el asesinato de Giovanni López el 4, 5 y 6 de junio de 2020.

A Yunuén le produce ansiedad la idea de contagiarse y de contagiar a su familia. Vive con su abuela, quien tiene hipertensión y ella misma tiene asma. Se cuida mucho. A pesar del riesgo que conlleva su trabajo, la dirección de *El Informador* no le ha ofrecido regularmente cubrebocas, caretas, guantes ni gel antibacterial; todo eso lo tiene que pagar ella. Desde junio de 2020 a Yunuén le recortaron 30% de su sueldo, ahora gana 8,500 pesos al mes. Con el recorte le redujeron un día de trabajo, pero desde que salieron algunos de sus compañeros la carga laboral es tan pesada que ese día libre no le sirve más que para adelantar lo que tiene que entregar al periódico.

El recorte de 30% del sueldo se aplicó a todos los trabajadores de *El Informador*. Cuando le comunicaron esta decisión a Yunuén no la quería aceptar. Fue a quejarse con el departamento de recursos humanos y le insistieron

en que solo era una medida temporal. Yunuén considera que ya podrían restablecerle su sueldo completo. Desde el principio de la pandemia algunos reporteros han renunciado y el ahorro en el sueldo de estos podría servir para restituir el de los reporteros que restan. Buena parte del dinero que Yunuén gana en el periódico se le va en comprar insumos como cubrebocas y gel antibacterial, y en lo que gasta en transporte. Todavía le dicen que no saben cuándo le volverán a pagar su sueldo completo.

Con un trabajo que la obliga a poner en riesgo su salud, con más carga laboral y con menos sueldo, Yunuén se siente muy decepcionada. Empezó a buscar vacantes en otros medios, pero no ha encontrado nada; ningún periódico tiene espacios nuevos. No quiere dejar de hacer periodismo y por eso aún no ha buscado empleo en otras áreas como *marketing* o comunicación institucional. Mejor optó por entrar a un negocio de venta de ropa como segundo empleo para costear sus gastos.

Isaack de Loza llevaba 13 años en *El Informador*. Era el editor de la sección Local del diario. En abril le recortaron 30% de su sueldo. Según él, existió “una mínima cordura” en la dirección de *El Informador*, ya que tuvieron consideraciones especiales con los reporteros y fotógrafos que ya se han contagiado de covid-19. Además, a diferencia de otras empresas, en *El Informador* los trabajadores sí tienen prestaciones de ley. Aun así, la reducción de su sueldo fue un golpe muy duro. Isaack no cree que la pandemia haya generado nuevas condiciones de precarización, solo ha hecho más grandes las grietas que ya existían. Los sueldos bajos, los recortes, los despidos, el riesgo para la integridad física y las largas jornadas de trabajo ya eran problemas que el gremio arrastraba. El covid-19 solo ha hiperbolizado todo.

Además del golpe económico, Isaack, junto con los otros editores de *El Informador*, se enfrentó al problema de diseñar un periódico en modalidad remota. Una tarea para la que, según él, ningún periodista en México estaba preparado. Él está convencido de que, en los momentos de crisis como estos, el periodismo no solo es útil sino indispensable. Por su naturaleza, la labor periodística siempre ha implicado riesgos e Isaack está dispuesto a asumirlos. A pesar del recorte de sueldo se aferró con las uñas a su trabajo como periodista en *El Informador*. En parte porque, por más romántico que suene, es lo que más le gusta hacer y en parte porque en estas circunstancias no iba a conseguir empleo en ningún otro lugar. Unos meses después salió del diario para comenzar a trabajar en el Canal 44.

UNA OPORTUNIDAD PARA LA TRANSICIÓN DURANTE LA CRISIS

La pandemia, el confinamiento y la posterior crisis sanitaria y económica tuvieron implicaciones negativas en las condiciones laborales y en el ejercicio periodístico de los trabajadores de medios de comunicación nacionales y locales. Todas las crisis sociales y económicas transforman el cómo y con qué se practica el periodismo. Por ejemplo, durante la crisis global más reciente, o sea la crisis financiera de 2008, el ecosistema mediático quedó profundamente afectado.

El colapso financiero de 2008 tuvo consecuencias que permearon todas las áreas de la economía, incluida la de los medios de comunicación. En el plano internacional, las acciones del *New York Times*, el medio mejor valorado del mundo, pasaron a ser *junk stocks*. *The Philadelphia*

Inquirer, el *Philadelphia Daily News*, *The Star Tribune*, el *Chicago Tribune*, *Los Angeles Times* y el *Miami Herald* se declararon en bancarrota. En México, *El Universal*, el único diario del país que cotizaba en la bolsa de valores, tuvo pérdidas de 14 millones de pesos solo en el primer trimestre de 2009. En Jalisco los directivos y trabajadores de los diarios locales comenzaron a darse cuenta de que las ventas de ejemplares físicos iban en picada. El formato era cada vez más insostenible. Aunque algunos medios como *Mural* y *Proceso* continuaron con la apuesta de generar autosuficiencia a partir de la venta de sus ejemplares físicos y suscripciones, otros medios, como *La Jornada*, comenzaron a priorizar una transición a plataformas digitales; 2008 fue el punto de quiebre en el que muchos medios de comunicación abandonaron los modelos de negocios tradicionales para buscar modelos alternativos que priorizaran una transición a plataformas digitales y a nuevos formatos de producción (Mejía, 2009, p. 85).

Aunque los resultados de una transición fueron desiguales, sí es notable que haya sucedido y que diera lugar a nuevos imaginarios de cómo gestionar un medio de comunicación y cómo producir periodismo. Durante el relativamente poco tiempo que ha durado la pandemia, también han existido áreas de oportunidad para que los medios locales pongan en práctica nuevas formas de organización, financiación y producción de su contenido, aun con el caos, la incertidumbre y la inseguridad sanitaria. Dos ejemplos de medios locales de Jalisco que han hecho eso son *ZonaDocs* y la revista *Territorio*.

ZonaDocs es un medio de comunicación alternativo y digital fundado por Darwin Franco y Héctor Guerrero en 2017. Se ha especializado en temas como la desaparición

forzada, las resistencias feministas, los flujos y problemas migratorios y la defensa del territorio. Franco, coordinador general del proyecto, asegura que 2020 fue, paradigmáticamente, el mejor año que ha tenido el medio en cuanto a recursos económicos. Ese fue el primer año en el que *ZonaDocs* contó con recursos suficientes para autogestionarse. A raíz de la cobertura que han hecho de las coyunturas nacionales y locales, como la crisis sanitaria provocada por el covid-19 y las manifestaciones del 4, 5 y 6 de junio por el asesinato de Giovanni López, *ZonaDocs* comenzó a tener mucha más visibilización en redes sociales. Además, gracias a esas coberturas, recibieron los apoyos económicos otorgados por Google News Initiative y por The Seattle International Foundation. Sin embargo, la pandemia los obligó a cambiar todo su esquema de trabajo.

Gran parte de los trabajadores de *ZonaDocs* eran estudiantes universitarios. En 2020 la mitad de la redacción abandonó el medio debido a problemas anímicos, familiares y económicos provocados por la pandemia. Ximena Torres fue una de las reporteras que se quedó. Ximena es estudiante y desde 2019 es reportera de *ZonaDocs*. Recibe 1,200 pesos mensuales de remuneración y no tiene prestaciones de ley. No considera que su sueldo sea bajo puesto que ella sabe que en este momento los recursos del medio no dan para más. Tampoco considera que no tener prestaciones de ley sea algo grave porque sabe que, al ser una persona joven, si se contagia de covid-19 es muy poco probable que presente complicaciones. Desde el comienzo de la pandemia lo que más la ha afectado es no poder ver a sus compañeros de trabajo. En 2019 Ximena escribió, junto con María Fernanda Lattuada y Éric Sandoval, el reportaje “*Packs y nudes virales sin permiso: ¿cómo se persiguen*

estas violencias en Jalisco?”, que ganó el Premio Jalisco de Periodismo 2019 en la categoría de estudiante, y a partir de eso comenzó a trabajar en *ZonaDocs*. Lo que más motivaba a Ximena era trabajar con sus compañeros. Ahora que hace la mayoría de sus coberturas de manera remota, su labor de periodista ya no implica estar acompañada y apoyada por sus amigos. Eso la desmotiva mucho. Además, en la redacción del medio tuvieron que adaptar las publicaciones a la cobertura de la pandemia y sus consecuencias, lo cual implicó más trabajo puesto que la necesidad y exigencia de información sobre covid-19 era enorme.

Aun con las salidas y el aumento de la carga de trabajo, *ZonaDocs* pudo adaptarse bien, y para 2021 Darwin Franco, coordinador del medio, tiene metas muy concretas: aumentarle el sueldo a sus trabajadores y darles prestaciones de ley. Según Darwin, la crisis sanitaria evidenció lo que ya todos en el gremio habían señalado durante años: el periodismo se desarrolla en condiciones cada vez más precarias e inseguras para los trabajadores. Él tiene como prioridad intentar cambiar eso para *ZonaDocs*, pero ha tenido que buscar nuevos modelos de negocio, distintos a los que tienen los medios tradicionales: donaciones, becas, financiamiento internacional y colaboraciones con otros medios. Su más reciente colaboración fue un anuario ilustrado de las coyunturas más relevantes de 2020, que hicieron junto a la revista *Territorio*.

Territorio ha sido otro de los medios a los que la pandemia les cambió todo. Katia Diéguez, coordinadora y editora de la revista, explica que desde el inicio de la crisis sanitaria en la redacción tuvieron que cambiar el enfoque de sus temas, la agenda de temas de investigación y la periodicidad de sus publicaciones.

Territorio era una revista que se enfocaba en la producción de piezas periodísticas de largo aliento. A partir de la pandemia han tenido que adaptar su agenda a piezas más cortas y sobre coyunturas más urgentes. Además, su modelo de financiación cambió de manera radical. *Territorio* tuvo que dejar el espacio que rentaban en la colonia Lafayette, en Guadalajara. En esa casa se ubicaban la redacción, un café, una tienda y el espacio donde se impartían los talleres, cursos y clases que *Territorio* ofrecía. El café, la tienda y la escuela aportaban gran parte de la financiación de la revista. Cerraron el café, los productos de la tienda los empezaron a ofertar en redes sociales y pasaron los talleres y cursos que ofrecían a una modalidad digital. Los talleres comenzaron a tener mucha más demanda que la que tenían en la modalidad presencial, porque los pudieron tomar personas de todo México y del mundo. Katia enfatiza que todo ha sido muy difícil, pero además de los talleres y cursos en línea, el medio ha buscado becas y financiamiento internacional así como tener mayor incidencia en redes sociales a través de la reorganización de su agenda y la colaboración en proyectos con otros medios de la ciudad y del país. Para Katia lo más importante ha sido poder adaptarse a las dinámicas de publicación en redes sociales para que el contenido sobre covid-19 que producen en *Territorio* pudiera competir con el que producen los medios más grandes.

ZonaDocs y *Territorio* han logrado adaptar su agenda y han logrado sostener sus ingresos económicos. Ambos medios buscan producir piezas en formatos como el podcast o el documental para así diversificar su contenido a otras redes sociales. Además, han priorizado la salud de

sus trabajadores e intentan que salgan a la calle a trabajar solo en circunstancias muy específicas, como, por ejemplo, a cubrir manifestaciones como las ocurridas por el asesinato de Giovanni López en junio de 2020.

DIGITALIZARSE O MORIR

La naturaleza de los medios independientes y electrónicos ha hecho que se puedan aprovechar mejor las herramientas tecnológicas y navegar de manera óptima por un mundo cada vez más digitalizado. El Foro Económico Mundial (2021) subrayó la enorme brecha que existe en ese campo. Cuando el confinamiento comenzó, en marzo de 2020, probablemente nadie dimensionó del todo lo que el aislamiento social iba a repercutir en cómo las personas se relacionaban con el mundo. Las escuelas se digitalizaron, gran parte del comercio, el entretenimiento, el ocio y el trabajo también lo hicieron. La pandemia aceleró una cuarta revolución industrial para la que no todos estaban preparados. Según el Foro Económico Mundial, para 2025 la cantidad de datos producidos y publicados en internet se multiplicará por cuatro, 85 millones de personas perderán su empleo debido a que estos se automatizarán o serán reemplazados por algoritmos y un número incalculable de personas perderán su trabajo porque sus habilidades, capacidades y conocimientos serán obsoletos en pocos años.

En el campo de los medios de comunicación, la digitalización y la experimentación con nuevos formatos son clave en el diseño de nuevos imaginarios de cómo gestionar un medio y de cómo producir periodismo.

CONCLUSIONES

Los medios de comunicación tradicionales son los que más han sufrido las consecuencias de la crisis sanitaria. Esto porque la covid-19 agudizó graves problemas que ya existían desde hace mucho tiempo y que venían evidenciándose con despidos masivos, recortes de sueldos y con la progresiva precarización de sus trabajadores. Los medios independientes y alternativos, por el contrario, aunque no exentos —y de cierta forma mucho más vulnerables— a los problemas causados por la covid-19, han sacado provecho a la repentina digitalización de la cotidianidad y han experimentado con nuevos formatos de financiamiento y producción de piezas. Tanto los periodistas de medios tradicionales como los de medios independientes reconocen que los medios locales funcionaban bajo un esquema de financiamiento y organización que era obsoleto y arcaico, y que la crisis sanitaria fue un punto de quiebre que dejará a muchos periodistas sin empleo o con sueldos más bajos, pero que también es la oportunidad para imaginar un periodismo local nuevo, diferente, más accesible, más horizontal y más sustentable.

REFERENCIAS

Blas, P. (2012). “Condiciones laborales de los periodistas en Guadalajara”. Guadalajara: ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura. Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco, 2011 (pp. 65-73).

- Mejía, D. (2009). “La crisis en los medios impresos: ¿Principio o fin?”. Guadalajara: ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura. Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco, 2009 (pp. 83-93).
- Periodistas mexicanos ante el covid-19 (2020). *Artículo 19*. Recuperado de <https://articulo19.org/covid-19/periodistas-mexicanos-ante-el-covid-19/>
- Reuters (2021). Error 404: Barriers to Digital Inclusivity (Informe *The Global Risks Report 2021*). Ginebra: World Economic Forum.

II. Libertad de expresión

Encontrar las grietas: medios de comunicación y movilizaciones feministas en Guadalajara durante 2020

CARMEN DÍAZ ALBA

JESSICA CAROLINA CORREA OCHOA

SUSANA LARIOS MURILLO

Durante los últimos años el movimiento feminista ha ganado una fuerza que ha permeado en la opinión pública y en los medios de comunicación. Como explica Gabriela Wiener (2020), “Hoy [este movimiento] es revolución, pero también fenómeno de masas” (p. 2). El 2020 fue un año en el que se atestiguan las movilizaciones más grandes de mujeres de las que se tiene registro en México, lo cual, como intentaremos mostrar, ha tenido repercusiones en la manera en la que se realizan las coberturas mediáticas. Por otro lado, la emergencia por la pandemia de covid-19 no solo dejó ver en toda su magnitud las desigualdades sociales sino que acentuó aquellos problemas sobre los que las mujeres, en nuestras luchas cotidianas, estamos discutiendo: la violencia exacerbada, la feminización de los cuidados y la precarización de la vida.

El presente artículo tiene la finalidad de construir un marco de reflexión en torno a la forma en la que la prensa escrita presenta al movimiento feminista, para lo cual se estudiarán, en particular, cuatro movilizaciones que tuvieron lugar en Guadalajara durante 2020: el 8 de marzo (8M), Día Internacional de la Mujer; el 9 de marzo (9M), fecha en la que se realizó el Paro Nacional de Mujeres; el

28 de septiembre (28S), Día de Acción Global por el acceso al Aborto Legal, Seguro y Gratuito, y el 25 de noviembre (25N), Día Internacional para la Eliminación de la Violencia contra la Mujer. Para cumplir con este objetivo se articula una discusión entre la representación de las mujeres en los medios de comunicación y la crítica feminista frente a esta, un análisis empírico de las notas publicadas por medios locales, nacionales e independientes durante las fechas mencionadas y un diálogo con periodistas locales sobre las implicaciones del periodismo y sus aportes a la construcción de otras representaciones.

Partimos del supuesto de que la cobertura mediática enfatiza aquellos aspectos relacionados con las confrontaciones y que busca representar a las mujeres que se manifiestan como violentas o fuera de sí. Esto limita la comprensión de las demandas de los grupos y no permite dar cuenta de la profundidad del problema de la violencia que enfrentan a diario. Algunas de las preguntas que guían nuestras reflexiones son: ¿Qué tipo de discusión pública se desencadenó a partir de estas manifestaciones? ¿Cuál fue la cobertura que dieron los medios y los periodistas a estas manifestaciones? ¿Qué dificultades se desataron en la cobertura de los medios a este tipo de manifestaciones? Como explica Powell (2018), si bien se ha incrementado la presencia femenina y se tratan los asuntos de la violencia, todavía hay una barrera sobre la manera en la que se representa a las mujeres en los medios.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA REPRESENTACIÓN DE LAS MUJERES Y LA CRÍTICA FEMINISTA

En este apartado presentamos una breve discusión sobre la manera en la cual se ha representado a las mujeres en los medios de comunicación y el papel que han tenido los estudios feministas de la comunicación en el cuestionamiento de los estereotipos de género que se muestran en las pantallas y los medios impresos.

El desarrollo de las teorías de la comunicación ha demostrado la importancia que tienen los medios de comunicación en las transformaciones sociales (Martín Serrano, 2019). Como señala Vázquez González (2008), los medios son mecanismos a partir de los cuales se distribuyen significados y conocimientos acerca de la realidad y, por tanto, son centrales en la construcción y el cambio de las representaciones sociales. Desde esta lógica, entender su papel en la discusión de los temas de interés público nos permite dar cuenta de la manera en la que se “tejen nuevos entramados sociales y a partir de sus discursos se reconstruye el sentido social” (Vázquez González, 2008, p. 104).

Los medios de comunicación masiva, desde su emergencia, se han convertido en un espacio privilegiado para la circulación de representaciones del mundo, las cuales sirven como mapa para la interpretación de la realidad y la manera en la que conocemos e interactuamos (Rubira-García y Puebla-Martínez, 2018). De esta forma, las representaciones sociales que nos ofrecen los medios de comunicación en general, y sobre todo la prensa, se ven determinadas, por una parte, por la selección de las noticias, y, por otra, por la contextualización que se hace

de los hechos noticiosos, pues para hacerlas públicas y colocarlas en la agenda mediática deben tener relevancia en el acontecer cotidiano. Las representaciones aluden a situaciones “de interés público”, de esta forma ofrecen cierta caracterización de los acontecimientos y actos comunicativos que le otorgan sentido a la realidad social (Vázquez González, 2008, p. 109).

Esto remite, necesariamente, a la cuestión del poder y la manera en la que afecta los mensajes que se emiten desde los medios de comunicación: quién construye estas representaciones, desde qué miradas y cuáles son los elementos que se privilegian al emitir los mensajes son preguntas que han permitido el desarrollo de una agenda de investigación en la cual las estudiosas feministas han intervenido de manera importante, al cuestionar la forma en la que históricamente se ha representado el mundo desde una mirada masculina hegemónica que, como veremos más adelante, ha situado a las mujeres como ciudadanas de segunda clase (Douglas, 2019), con poco poder para nombrarse y representarse.

El surgimiento de la segunda ola del feminismo en Estados Unidos inauguró una fuerte crítica a la manera en la que las mujeres han sido representadas en los medios de comunicación, que tienen como foco la hipersexualización y la emocionalidad. Como explica Douglas (2019), la perspectiva feminista ha tenido un alcance importante al poner al centro de sus investigaciones el papel social de los medios de comunicación y su contribución en el reforzamiento de la subordinación de las mujeres, construyendo una imagen descontextualizada y estereotipada sobre ellas.

Como se muestra en el informe sobre los medios de comunicación elaborado por el Inmujeres (2005), en Mé-

xico, a comienzos del milenio, ya se veía un incremento en la presencia de las mujeres en los medios de comunicación. La manera en la que se representan no tuvo grandes cambios, sobre todo cuando se habla de su presencia en las agendas de los medios como expertas, en las primeras planas o como articulistas. En ese sentido, no podemos obviar el papel que tienen los medios de comunicación como productores y reproductores de un orden social, y como reforzadores de la cultura machista, en la que el desequilibrio en la manera en la cual se representan los distintos sectores de la sociedad es una constante.

Como han analizado periodistas de distintos medios de comunicación, las mujeres estamos subrepresentadas. Esto se manifiesta en la aparición “como personajes secundarios o como víctimas” (Quilmes en Anarte, 2019, p. 7). Los medios también ayudan a calibrar y entender el cambio social, la emergencia de la crítica feminista y la manera en la que el movimiento feminista se ha posicionado, por lo que no podemos perder de vista la relación que hay entre las representaciones de las mujeres en los medios de comunicación y los contextos políticos en los que se mueven estas representaciones.

Así, no podemos dejar de mencionar la manera en la que la prensa ha tratado el problema de la violencia contra las mujeres y, en particular, el feminicidio. Esto se ha enmarcado mediáticamente desde una perspectiva en la cual se emplean discursos que lejos de contribuir al entendimiento del problema lo presentan como hechos aislados, de carácter íntimo, dentro de una violencia generalizada y sin contexto (Martínez Valdés, 2019).

En México, un caso paradigmático fue el de Ingrid Escamilla y la publicación de fotografías explícitas de su

cuerpo violentado en los periódicos. Este acontecimiento puso en el centro de la discusión la manera en la que se construye el discurso de la violencia contra las mujeres y los feminicidios en la prensa. Sin embargo, esto no hubiera sido posible sin la construcción de un contrarrelato, el cual, gracias a la iniciativa de grupos feministas que utilizaron las redes sociales, tuvo un gran impacto (cfr. Picatto, 2020; García Montes, 2020; Urzúa Valverde y Rodríguez Valadez, 2020).

Una estrategia del movimiento feminista ha sido construir sus propios medios de comunicación y redes de periodistas feministas que pugnan por una prensa que dé cuenta de los problemas de las mujeres desde una perspectiva más amplia y abarcadora (cfr. Anantes, 2019; Martínez Valdés, 2019; Drazel, 2021). Como explica la periodista Dalia Souza, el trabajo de muchos medios independientes y, sobre todo, aquellos que se nombran feministas, ha sido que la perspectiva de género aparezca en las agendas informativas, como una forma de mostrar otras historias y otros puntos de vista (Souza, comunicación personal, 11 de febrero de 2021).¹

Por su parte, la también periodista Katia Diéguez insiste en la necesidad de construir una agenda propia y encontrar las grietas en los medios de comunicación masivos para hablar de los temas sociales desde una perspectiva feminista. En su experiencia, explica, la gente sí quiere leer esas historias y vale la pena contarlas porque hay empatía e interés (Diéguez, comunicación personal, 11 de febrero de 2021).

1. *ZonaDocs* y *Territorio* son ejemplos de medios con una perspectiva feminista y de derechos humanos en Guadalajara. En el ámbito nacional podemos mencionar el medio independiente *Pie de Página*, así como *Grieta* y *Desinformémonos*.

Este panorama abre algunas preguntas acerca de la manera en la que se representa a las mujeres en la prensa, sobre todo cuando son políticamente activas, y cuáles son las consecuencias de esas representaciones. En el siguiente apartado mostraremos nuestros hallazgos sobre la manera en la que se habla del movimiento feminista en Guadalajara, teniendo como centro las movilizaciones ocurridas en fechas emblemáticas de la lucha de las mujeres.

2020: MOVILIZACIONES FEMINISTAS EN GUADALAJARA VISTAS DESDE LA PRENSA ESCRITA

Con la finalidad de analizar las características con las que los medios representaron a las mujeres y el movimiento feminista durante 2020 se recuperaron publicaciones de medios periodísticos durante cuatro fechas importantes para este movimiento, que son el 8 de marzo (8M), Día Internacional de la Mujer; el 9 de marzo (9M), fecha en la que se realizó el Paro Nacional de Mujeres; el 28 de septiembre (28S), Día de Acción Global por el acceso al Aborto Legal, Seguro y Gratuito,² y el 25 de noviembre (25N), Día Internacional por la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.

Para este ejercicio se analizaron noticias, crónicas y reportajes de tres medios nacionales (*El Universal*, *La Jornada* y *El País*, edición México), tres medios locales (*Mural*, *El Informador* y *Milenio Jalisco*) y dos medios independientes (*ZonaDocs* y *Territorio*), con el objetivo

2. “La campaña del 28 de septiembre inició como una campaña regional por la despenalización del aborto en América Latina y el Caribe desde hace más de 20 años, pero desde 2011 se convirtió en un movimiento global como parte de los esfuerzos de activistas de Derechos Sexuales y Reproductivos” (Reporte Índigo, 2020).

de identificar tendencias en la redacción de los artículos, el fraseo de sus títulos y la cobertura realizada de estos eventos.

Para la realización del análisis de la cobertura que dieron estos medios a las manifestaciones feministas se optó por analizar medios locales, nacionales e independientes con la finalidad de contar con referencias plurales que permitieran contrastar las distintas posturas de los medios con respecto a las movilizaciones feministas. Para ello se realizó una investigación a través de los archivos y hemerotecas de los medios analizados en la que se revisaron las publicaciones disponibles en la web, realizadas un mes antes y un mes después del evento en cuestión, que hicieran referencia a alguna de las movilizaciones feministas que se estudian. Asimismo, se revisaron las portadas impresas del día anterior al evento, el día del evento y el día posterior; en el caso del 25 de noviembre, por ejemplo, se revisaron las portadas de los días 24, 25 y 26 de noviembre.

A partir de esta recopilación de artículos se elaboró una base de datos que contiene el evento de referencia, el título del artículo, la fecha y el medio de publicación; si se trata de una portada o edición impresa, el nombre del autor(a) y su género. La base de datos permitió realizar el análisis de la cobertura de los medios estudiados.

En total se analizaron 84 artículos de los diferentes medios estudiados (véase la tabla 5.1). La figura 5.1 muestra el número de artículos analizados por categoría, medio de comunicación y género de quien firma el artículo. *ZonaDocs* fue el medio que presentó una mayor cantidad de artículos referentes a los eventos en cuestión, y *la Revista Territorio* el que presentó menos artículos, lo que se debe al tipo de cobertura que cada medio realiza.

TABLA 5.1 UNIVERSO DE ESTUDIO

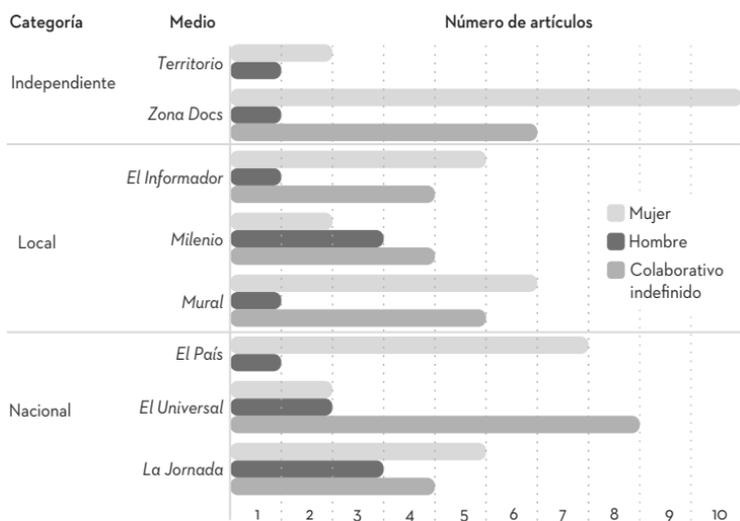
Eventos	8 de marzo: Día Internacional de la Mujer 9 de marzo: Paro Nacional de Mujeres 28 de septiembre: Día de Acción Global por el Acceso al Aborto Legal, Seguro y Gratuito. 25 de noviembre: Día Internacional por la Eliminación de la Violencia contra la Mujer
Medios analizados	Locales: <i>Mural</i> , <i>El Informador</i> y <i>Milenio Jalisco</i>
	Nacionales: <i>El Universal</i> , <i>La Jornada</i> y <i>El País</i> , edición México
	Independientes: <i>ZonaDocs</i> y <i>Revista Territorio</i>
Artículos analizados	84

Todos los medios analizados dieron seguimiento a los eventos estudiados, publicando una o más notas sobre las actividades realizadas por el movimiento feminista. Asimismo, todos los medios impresos dedicaron espacio en su portada a los eventos realizados durante el Día Internacional de la Mujer, el Paro Nacional de Mujeres, el Día de Acción Global por el Acceso al Aborto Legal, Seguro y Gratuito y el Día por la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.

Los acontecimientos ocurridos los días 8 y 9 de marzo fueron los que recibieron una mayor y más positiva cobertura. Los medios impresos analizados les dieron un lugar preferente y más amplio en sus portadas y en sus títulos hicieron alusión a valores y palabras como “fuerza”, “mujeres”, “triumfo” e “historia” para describir los hechos.

El 8 de marzo en particular fue un evento presentado por los medios con un tono positivo –en su mayoría– y celebratorio. Estos describieron los hechos y también dedicaron sus portadas al Día Internacional de la Mujer,

FIGURA 5.1 ARTÍCULOS ANALIZADOS



haciendo ediciones especiales en las que cambiaron los colores tradicionales de sus identidades gráficas por el reconocido *morado feminista* y acompañaron los reportes de los hechos con datos históricos sobre el feminismo y la violencia contra las mujeres en México y en Jalisco. La cobertura no solo refirió los hechos ocurridos durante la marcha también algunos medios describieron las actividades impulsadas por la Red #YoVoy8DeMarzo y otras organizaciones convocantes durante la jornada, mientras que otros dedicaron reportajes especiales a las distintas formas en las que las mujeres conmemoraron y vivieron el Día Internacional de la Mujer.

Algunas de las imágenes utilizadas por la prensa escrita para retratar el 8 de marzo fueron de mujeres con pañuelos verdes y morados, quienes sostenían carteles y marchaban

con el puño en alto, así como vistas aéreas que permitieron observar la magnitud de la marcha, que reunió a más de 35 mil mujeres en un recorrido de siete kilómetros. Todos los medios locales e independientes estudiados hicieron énfasis en que se trató de una manifestación pacífica y con saldo blanco, en la que incluso las policías acompañaron a las mujeres que salieron a pedir justicia. También retrataron de una forma alegre y quizás estereotipada la marcha, describiendo que las mujeres acudieron acompañadas de sus hijas e hijos pequeños, con carriolas e incluso con sus madres, mencionan que lanzaban polvos de colores, mientras otras feministas tocaban himnos y canciones en una batucada, resaltando de forma positiva características de una feminidad “tradicional”, en la que las mujeres enfrentan de buena cara sus problemas en compañía de sus familias y de coloridas y musicales expresiones.

Uno de los medios estudiados (*Mural*) hizo énfasis en sucesos de la marcha que describió con “llantos”, “enfrentamientos”, “jalones de cabello” y “vandalización” en oposición a otros momentos en los que describió cómo las mujeres se unían en una marcha para exigir sus derechos. Deborah L. Rhode (1995) describe que un problema común en la cobertura de los medios al movimiento feminista es la polarización de los sucesos ocurridos —y de las feministas—, y explica que a través de la polarización se pretende alcanzar un falso balance en la narrativa al presentar extremos opuestos de una misma situación.

El 9 de marzo, por su parte, compartió la cobertura en los medios con el Día Internacional de la Mujer, interpretándose como una continuación de las protestas sucedidas el día anterior. Este evento tuvo una menor cobertura que el anterior, aunque logró ocupar un lugar importante —pero

FIGURA 5.2 PORTADAS DEL 8M



menor que el del 8M— en las portadas de los medios impresos. De nuevo, algunos medios cambiaron sus colores por el morado, en tanto que otros dedicaron un espacio marginal al evento. Medios como *El Informador*, *El País*, *El Universal*, *Milenio Jalisco* y *Mural* utilizaron imágenes de comercios, oficinas y camiones vacíos, salones de clases llenos de hombres, enfatizando la ausencia de mujeres. En contraste, *ZonaDocs* publicó una imagen que visibilizó a las mujeres zapatistas que ese día decidieron parar, carteles con información sobre la convocatoria y pancartas escritas por mujeres que protestaron el día anterior.

En cuanto al contenido de las notas publicadas por los medios sobre el Paro Nacional Un Día Sin Nosotras, la mayoría lo calificaron como un triunfo del movimiento al hacer notar la ausencia de las mujeres y su peso en el

funcionamiento de la vida cotidiana, utilizando palabras como “decisión”, “ausencia”, “logro” y “conciencia” para describir los acontecimientos. Sin embargo, fue posible observar que muchos medios retrataron la ausencia de las mujeres a través de su relación con los hombres y con la economía, es decir, frente a la ausencia de las mujeres enfocaron sus relatos en los hombres presentes ese día, quienes describieron —a través de sus testimonios— las grandes pérdidas económicas y afectaciones que sufrirían.

Otro problema en la cobertura de los medios sobre el movimiento feminista es que “la marginalización de las mujeres no ocurre solo a través del fracaso de representar sus perspectivas, sino del fracaso de reconocerlas como agentes independientes, de forma autónoma a su relación con los hombres” (Rhode, 1995, p. 690; traducción de las autoras). La forma en la que los medios nacionales y locales mencionados en el párrafo anterior describieron el evento hace notar la ausencia de las mujeres a través de los hombres y la economía, por lo que fallan en reconocer los logros de las mujeres de forma independiente de los hombres. En contraposición, *ZonaDocs* estudió el evento retomando el objetivo que la colectiva feminista “Brujas del Mar” había planeado para este día, retomó la convocatoria y transmitió a través de una de sus notas que las mujeres zapatistas también se sumarían al paro. Otros medios como *El Universal* y *El Informador* dieron voz a las mujeres que decidieron no detener sus labores ese día; en contraste con otros medios tradicionales, pusieron la atención en lo que las mujeres tenían que decir.

Además, las movilizaciones realizadas el 28 de septiembre —por la Despenalización del Aborto— recibieron un menor espacio en las portadas y los medios no utilizaron

el morado feminista para enmarcar estas noticias, sino que, por el contrario, dos de ellos (*Milenio Jalisco* y *Mural*) resaltaron la noticia con colores negros y amarillos, colores que se utilizan para indicar *peligro*. Las imágenes utilizadas para acompañar las notas locales fueron de mujeres que pintan con aerosol el logo de “Guadalajara, Guadalajara” —que se encuentra en el Centro Histórico de la ciudad— y, a pesar de que la manifestación en Guadalajara fue pacífica, algunos medios añadieron imágenes de los hechos violentos ocurridos en la Ciudad de México tras el encapsulamiento de las manifestantes por la policía de la capital. El posicionamiento de esas imágenes es confuso, pues parece que pertenecen al mismo hecho. En cuanto al contenido que se utilizó para describir al evento, cabe destacar que las notas fueron más cortas que las del 8 y 9 de marzo y no entraron en detalles, con excepción de aquellas redactadas por los medios independientes analizados. Además, existen diferencias sustanciales entre las notas nacionales, las locales y las independientes: las notas nacionales utilizaron imágenes de encapuchadas enfrentándose a policías y se refirieron a las asistentes a la marcha como “envalentonadas” y “grupos combativos”, y señalaron que causaron destrozos, prendieron fogatas e hirieron a agentes policiales. Los medios locales *El Informador* y *Milenio* utilizaron la imagen de las mujeres pintando con aerosol, algunos lo acompañaron de imágenes de la Ciudad de México y otros de vistas aéreas de la manifestación; utilizaron términos como “furia”, “vandalismo” y “pintas” para describir los hechos ocurridos. Los medios independientes, por su parte, cubrieron con mayor profundidad el día, dieron datos sobre la situación de criminalización de las mujeres en México, detallaron los

eventos convocados por los colectivos feministas más allá de la marcha y utilizaron retratos de mujeres con el pañuelo verde e ilustraciones para acompañar sus notas.

Las coberturas del evento son tan dispares que pareciera que cada medio cubrió un acontecimiento diferente. Gitlun, en Rhode (1995), refiere “que los márgenes *radicales* de los movimientos sociales a menudo reciben una atención indebida pues juegan con la búsqueda continua de los medios por encontrar eventos dramáticos” (Gitlun, 1980, pp. 283–284 en Rhode, 1995, p. 693; traducción propia). En el caso del 28S, ya en el contexto de la pandemia, es posible deducir que algunos medios hicieron uso de estos márgenes radicales para atraer la atención hacia sus notas y portadas. Rhode (1995) explica que el movimiento feminista ha sido especialmente vulnerable a este tipo de coberturas pues las acciones que atraen la atención de los medios a menudo van en contra de lo que se considera un comportamiento femenino “adecuado” (Rhode, 1995, p. 693). La cobertura de los medios de este evento no celebró la protesta, ni a las mujeres, y tampoco recalcó la fuerza del movimiento feminista o su impacto histórico, como sucedió en la cobertura del 8 de marzo.

El 25 de noviembre fue el evento con menor cobertura de las movilizaciones estudiadas, pues no alcanzó la portada en todos los medios impresos y se publicaron menos notas informativas. Esto podría deberse al efecto debilitador que la pandemia por covid-19 ha tenido en la cobertura del movimiento feminista y en el alcance de sus manifestaciones. Paradójicamente, uno de los discursos que más se ha reforzado en los medios durante la pandemia es el incremento de la violencia contra las mujeres exacerbado por el confinamiento. En Guadalajara las imá-

FIGURA 5.3 PORTADAS DEL 28S



genes utilizadas para acompañar a las notas fueron de la instalación de la Antimonumenta y, a escala nacional, de la marcha convocada por colectivas feministas en la Ciudad de México.

El espacio en las portadas de los medios locales fue reducido, pues se vio opacado por la noticia del fallecimiento de Diego Armando Maradona y el triunfo de un equipo de fútbol local. A escala nacional las manifestaciones tuvieron un espacio mayor, pero otros temas destacaron en las portadas ese día. Siguiendo a Rhode (1995), otro factor que debe considerarse en la cobertura de los medios del movimiento feminista es que los asuntos de mayor interés para los lectores masculinos tienen mayor prioridad para los editores —que en la mayoría de los casos también son

FIGURA 5.4 LA INSTALACIÓN DE LA ANTIMONUMENTA



Fotografía: Dalia Souza / ZonaDocs (<https://www.zonadocs.mx/>)

hombres— (Rhode, 1995, p. 668). Esto parece explicar por qué los partidos de fútbol en algunos periódicos locales ocuparon espacios más importantes que las demandas de las madres de víctimas de feminicidios, pero no explica por qué para los editores es más importante el triunfo de un equipo de fútbol que la justicia.

A través de este análisis es posible observar que los medios comunicaron distintas posturas frente a las movilizaciones estudiadas. El 8 de marzo pareció llevarse la mayor y más positiva cobertura, pues a pesar de que también se realizaron pintas y hubo algunos enfrentamientos, los medios se enfocaron en retratar la magnitud del evento y su importancia. El 9 de marzo, por su parte, recibió gran cobertura —tal vez debido a la inercia del 8M— pero el

relato no se centró en las mujeres sino en el impacto de su ausencia, aunque se continuó con una postura positiva frente al tema. Parece que el 28S, a pesar de tener una cobertura significativamente menor que los eventos ocurridos durante el mes de marzo, fue el día que más resistencia causó entre los medios y la opinión pública, pues estos utilizaron imágenes de enfrentamientos y palabras como “furia” y “vandalismo” para describir los eventos ocurridos y dieron una casi nula importancia a publicar datos sobre la organización de la marcha o el motivo por el que se conmemora ese día. Por último, el 25 de noviembre no ha encontrado reticencia en los medios de comunicación, aunque tampoco mayor interés.

Si tomamos en cuenta la perspectiva del *newsmaking* sobre la subjetividad periodística, es decir, que “los productos informativos son una construcción organizacional que surge de un entorno y sus dinámicas, y no de una simple selección inocente del medio” (Rategui, 2016, p. 104) es imperativo comprender la influencia que los procesos internos de los medios escritos ejercen sobre la construcción de una historia o de una imagen. En el caso del movimiento feminista los medios de comunicación han desempeñado un papel fundamental en la construcción de imágenes con respecto al feminismo y a las feministas.

Matthes, citado en Rategui (2016), explica que al ser “las políticas, los temas y los acontecimientos objeto de patrones de selección e interpretación que se definen en negociaciones y disputas, es posible que estos se modifiquen a lo largo del tiempo” (Matthes, 2012, p. 249 en Rategui, 2016, p. 104). Se podría argumentar que el movimiento feminista ha permeado los medios de comunicación y a través de negociaciones y disputas ha logrado que se transforme la

visión y el interés que se tiene en el feminismo. Siguiendo a Rhode (1995), durante las últimas décadas mucho ha mejorado en los retratos que hace la prensa del feminismo, las feministas y las cuestiones relacionadas con el género, sin embargo, lo que los medios deciden presentar —o no presentar— y cómo lo caracterizan sigue en juego (Rhode, 1995, p. 685). En los últimos años vemos cómo el fortalecimiento del movimiento feminista ha influido en los discursos y las imágenes sobre las mujeres en los medios de comunicación, pero se enfrenta todavía a muchas barreras, como veremos en el siguiente apartado.

¿PERIODISMO FEMINISTA? POSIBILIDADES Y DIFICULTADES EN LA CONSTRUCCIÓN DE OTRAS REPRESENTACIONES

En este apartado retomamos algunas de las reflexiones en torno a la pertinencia —y también la dificultad— del periodismo feminista y la posibilidad de una representación mediática no estereotipada de las mujeres y del feminismo, que permita ir cerrando la brecha de género en el ámbito del ejercicio periodístico. A partir de entrevistas con colegas periodistas en medios independientes en Guadalajara (*ZonaDocs* y *Territorio*) queremos plantear algunos elementos que nos ayuden a reflexionar sobre los aportes y las dificultades de ejercer el periodismo desde una mirada feminista.

Como plantea la periodista Sara Lovera (2013), el feminismo reconoce desde sus inicios la importancia sustantiva de los medios de comunicación. En este sentido, era evidente la necesidad de construir medios de difusión propios frente al rechazo del discurso y los debates del

feminismo en los medios de comunicación de masas. Surgieron así dos vías, dice Lovera: “Escribir desde y para el movimiento o llegar a las otras y a los otros lectores, al público en general” de forma más directa (Lovera, 2013, p. 532).

En México la revista *Fem* —fundada en 1976 por Alaíde Foppa, entre otras— ofreció un espacio de divulgación para el movimiento feminista y permitió formar muchas nuevas periodistas. Otra iniciativa, en 1987, fue el suplemento *Doble Jornada*, más tarde rebautizado *Triple Jornada*, que dejó de publicarse en 2005. En 1988 surgió CIMAC, Comunicación e Información para la Mujer, Asociación Civil, que tenía por objetivo la difusión de información feminista y que ha contribuido a formar periodistas de todo el país (Lovera 2014), y que en la actualidad sigue trabajando para integrar la perspectiva de género en los medios de comunicación, denunciar la violación a los derechos humanos de las mujeres y generar narrativas por el derecho a una vida libre de violencia.³

Pero, ¿a qué nos referimos con periodismo feminista? En el recuento que Lovera hace en torno al feminismo y los medios de comunicación en México dice:

Hacer periodismo feminista no solo es crear espacios para hablar de y para mujeres, sino que implica practicar una nueva forma de hacer periodismo con base en una nueva relación entre los sexos y una forma distinta de concebir el mundo; implica ir a las otras y a los otros, abrirse camino en los *mass media*, documentar con las

3. Véase <https://cimac.org.mx/>

mejores armas del periodismo tradicional las realidades de las mujeres, experimentar y ampliar el círculo concéntrico y atreverse a despedazar el lenguaje críptico (Lovera, 2013, p. 526).

Como señalamos en los apartados anteriores, si bien ha habido avances, el sexismo persiste en los medios de comunicación. En ese sentido, Katia Diéguez, integrante de *Territorio* y con experiencia como reportera en otros diarios, explica que en algunos medios todavía cuesta convencer a jefaturas de redacción sobre la importancia de abordar asuntos de género, ya sea porque no se considera relevante para el público lector o porque hay una percepción de que “no vende” o no compite por portadas (Diéguez, comunicación personal, 11 de febrero 2021).

De igual forma, hace falta mayor capacitación en perspectiva de género para quienes ejercen el periodismo, independientemente de que sean hombres o mujeres. Al respecto, Dalia Souza, jefa de información y editora en *ZonaDocs*, dice que gracias a los talleres de formación que ofrecía CIMAC fue integrando la perspectiva de género al periodismo con enfoque en derechos humanos, cuestionando que, si las mujeres son la mitad de la población, “¿por qué en esa misma proporción no aparecemos en los medios de comunicación?” En sus reportajes sobre la desaparición en el contexto de la guerra contra el narcotráfico reconoce que “no había hecho ese *match*, yo decía: ¡pero los matan por igual, hasta más a los hombres! [...] no podía reconocer un feminicidio, no tenía esta perspectiva feminista” (Souza, comunicación personal, 11 de febrero de 2021). Por su parte, Katia plantea que, a pesar de no haber tenido herramientas de análisis de género en

su carrera, hacer prensa feminista es una decisión: “Con un trabajo interno primero, entender qué es el feminismo, identificar qué es lo que sucede, ir enfrentando este sistema patriarcal [...] darte cuenta de cosas que te hacen tomar la decisión” (Diéguez, comunicación personal, 11 de febrero de 2021).

Ximena Torres, periodista también en *ZonaDocs*, apunta la dificultad ante la aparente disyuntiva entre la idea de objetividad y neutralidad con respecto al periodismo feminista. Sin embargo, considera que “se puede hacer periodismo riguroso y responsable, con un posicionamiento a favor de los derechos de las mujeres, con perspectiva de género y consciente de las desigualdades que nos atraviesan a las mujeres” (Torres, comunicación personal, 11 de febrero de 2021). Un ejemplo de esto fue la serie que Diéguez propuso para contar la historia de mujeres asesinadas o violentadas “sin morbo, contar quiénes eran, qué hacían [...] a la gente sí le interesaba, generaba empatía e interés por lo que nos pasa como mujeres” (Diéguez, comunicación personal, 11 de febrero de 2021). Dalia coincide en la urgente necesidad de abordar estas problemáticas: “No solo porque somos la mitad de la población, pero porque nos violentan, nos están matando y desapareciendo y nadie nos busca” (Souza, comunicación personal, 11 de febrero de 2021).

En movilizaciones recientes hubo señalamientos de reporteros que han sido irrespetuosos o que no han atendido a la solicitud de no grabar los rostros de las manifestantes, por lo que las convocantes a las marchas han pedido explícitamente a los medios de comunicación que envíen reporteras y fotografías para la cobertura, lo cual ha provocado cuestionamientos y, en algunos casos, confrontaciones entre periodistas varones e integrantes del movimiento.

Sin embargo, Ximena recuerda que “no podemos nunca poner en riesgo a las personas que nos dan la voz para hacer nuestro trabajo” (Torres, comunicación personal, 11 de febrero de 2021).

Como se señaló con antelación, los medios no están exentos de machismo, por lo que además de la brecha de género en el número de hombres y mujeres que se desempeñan en un periódico, las que sí están contratadas no suelen ser tan visibles: “Qué vergüenza que no sepas que hay una fotógrafa, una periodista; las redacciones están llenas de machismo y no ven a las mujeres, son tantos hombres que no ven” (Diéguez, comunicación personal, 11 de febrero de 2021). Para Ximena, si los medios de comunicación no contratan a periodistas mujeres “ellos mismos se están rezagando [...], si somos igual de capaces ¿por qué no podemos estar ahí?” (Torres, comunicación personal, 11 de febrero de 2021).

Ximena considera que la solicitud expresa de las convocantes a la marcha para que la cobertura sea hecha por mujeres es algo positivo para el gremio: “Que nos llamen, que seamos nosotras en las marchas feministas, me hace sentir que mi trabajo está siendo respaldado, que mi trabajo se valora, no me hacen menos, me protegen y me cuidan” (Torres, comunicación personal, 11 de febrero de 2021). Dalia comparte también esta percepción: “Cuando las colectivas nos dicen ‘queremos mujeres’, me siento bien, me siento cómoda, me siento aceptada. El ambiente ya no es hostil, me siento arropada y cuidada. Es algo mutuo, ellas te cuidan y tú las cuidas” (Souza, comunicación personal, 11 de febrero de 2021).

Sin idealizar la participación de las periodistas —puesto que también pueden reproducir prácticas machistas—, Ka-

tia resalta un sentimiento de libertad cuando la cobertura es solo con mujeres: “Son maravillosas, no sientes miedo, te sientes protegida por compañeras reporteras y compañeras feministas [...] haces periodismo en la calle, segura” (Diéguez, comunicación personal, 11 de febrero de 2021). Por supuesto, la cobertura implica también el proceso de escritura de la nota: “Hay que escribir con esa misma responsabilidad y sororidad; tienes que confrontarte con el machismo, es vergonzoso que tengamos que tener todas estas luchas internas y externas para hacer periodismo feminista” (Diéguez, comunicación personal, 11 de febrero de 2021).

Finalmente, las tres periodistas retoman algunos de los aportes de la prensa feminista. Dalia insta a reconocer la responsabilidad social de la práctica periodística y los impactos que esta puede tener en las vidas de quienes comparten sus historias:

No es que solo tengamos una perspectiva de género y derechos humanos cuando hablamos de mujeres, la tenemos al hablar de muchos temas entendiendo la responsabilidad social que tenemos. Eso nos da legitimidad, producto del esfuerzo y del trabajo, con la conciencia de que se tiene que escribir un titular pensando en el contexto y con perspectiva de género. Tenemos la responsabilidad de presentar una historia, revisarla y modificarla. Es muy importante entender que no es que seamos su voz, somos una caja de resonancia (Souza, comunicación personal, 11 de febrero de 2021).

FIGURA 5.5 EL 8 DE MARZO DE 2020, EL EQUIPO DE ZONADOCs SE IDENTIFICÓ CON UNOS PAÑUELOS CON LA LEYENDA “PRENSA FEMINISTA”



Fotografía: Carmen Díaz Alba.

En el mismo sentido, Ximena recuerda el efecto que tiene el trabajo de las y los periodistas en la vida de las personas, su propósito:

Cómo nombramos las cosas nos permite entender y es una responsabilidad muy grande. Si somos responsables tendremos la legitimidad y confianza con las personas que son afectadas por los problemas que cubrimos [...]. Los medios y el periodismo tienen un gran impacto en la creación de imágenes mentales y explicaciones del mundo [...] el simbolismo que tienen las palabras que usamos, nombrar a mujeres solo como víctimas, por ejemplo. Tenemos que ser conscientes de no caer en

los roles de género (Torres, comunicación personal, 11 de febrero de 2021).

Para Katia, hacer periodismo feminista implica una responsabilidad hacia las audiencias y hacia quienes son protagonistas de los reportajes:

Tendríamos un periodismo muy diferente si reporteros, editores y dueños entendieran la responsabilidad que tenemos a la hora de comunicar. Ingrid Escamilla es un ejemplo, publicaron información poco ética sobre su caso [...] Tenemos mucha responsabilidad, [...] hacer una historia que me ayuda a entender, que no es amarillista, que me pone en contexto (Diéguez, comunicación personal, 11 de febrero de 2021).

Como podemos ver en los testimonios plasmados, pensar el periodismo en clave feminista puede abrir caminos a la construcción de otras representaciones, tanto en torno a las mujeres y las feministas como acerca de los hombres y las masculinidades (cfr. Douglas, 2019) en consonancia con las demandas de una sociedad más justa, digna y democrática.

CONCLUSIONES

Si bien el año 2020 estuvo marcado por la pandemia, las movilizaciones feministas han dejado una profunda huella en nuestras sociedades. En este artículo hemos mostrado la importancia de las representaciones mediáticas sin sesgos de género ni estereotipos. A través del análisis de notas de prensa publicadas en fechas clave para la movilización

feminista identificamos algunas tendencias: los días 8 y 9 de marzo hubo una amplia cobertura, en la que se resaltó la trascendencia de las manifestaciones y el paro, de cara a la violencia contra las mujeres. Por el contrario, las notas publicadas en torno al 28 de septiembre y el 25 de noviembre tuvieron una cobertura mucho menor, se mostraron imágenes de enfrentamientos con escasa contextualización sobre la problemática. Esto va en detrimento de la responsabilidad que tienen los medios para ofrecer información que permita a las audiencias comprender y posicionarse críticamente en torno a cuestiones de interés público.

En el futuro valdría la pena explorar los efectos de las redes sociales tanto en los medios de comunicación como en la propia organización del movimiento. Como plantea Guiomar Rovira, “el activismo digital de las mujeres ha potenciado el feminismo, no solo porque expande y visibiliza los temas feministas en la esfera pública sino también porque promueve una nueva dinámica de implicación” (Rovira, 2021). Para finalizar, consideramos que las voces de colegas periodistas en medios independientes que han optado por un posicionamiento feminista muestran que es posible construir un periodismo que transforme las formas de representación de las mujeres y del movimiento feminista, pero que también, desde una mirada de género, construya las noticias, como señala Katia: “El periodismo al que yo aspiro es un periodismo que incluya las voces de todos, que atraviese cualquier tema desde la óptica de género [...] y de todas esas diversidades que no se ven en los medios” (Diéguez, comunicación personal, 11 de febrero de 2021). Creemos que esa apuesta contribuye a la construcción de sociedades mejor informadas y medios

de comunicación más conscientes de su responsabilidad en la transformación social.

REFERENCIAS

- Anarte, E. (3 de mayo de 2019). La difícil batalla del periodismo feminista en América Latina. *DW*. Recuperado de <https://bit.ly/2ZTZTLO>
- Douglas, S. (2019). Media, Gender and feminism. En J. Curran, & D. Hesmondhalgh (Edits.), *Media and society*. Nueva York: Bloomsbury (pp. 37-56).
- Drazel, M. (14 de enero de 2021). El periodismo feminista llegó para quedarse. *DW*. Recuperado el 4 de febrero de 2021, de <https://bit.ly/2PiZn89>
- García Montes, M. (19 de febrero de 2020). Sobre Ingrid, Fátima y las imágenes del feminicidio. *El Universal*. Recuperado el 10 de febrero de 2021, de <https://bit.ly/2NM1Fw3>
- Inmujeres (2005). *Las mujeres y los medios de comunicación*. Ciudad de México: Inmujeres.
- Lovera, S. (2013). Feminismo y medios de comunicación. En Gisela Espinosa Damián y Ana Lau Jaiven (Coords.), *Un fantasma recorre el siglo: luchas feministas en México 1910-2010*. México: UAM/Ítaca/Ecosur.
- Martín Serrano, M. (2019). Cuándo y cómo se hizo científica la teoría de la comunicación. *Comunicación y sociedad*, 1-23.
- Martínez Valdés, V. (2019). A través de ventanas, los medios ante la problemática de género. *Ciencia y Luz*. Recuperado el 4 de febrero de 2021, de <https://bit.ly/3dPgpVD>

- Picatto, P. (17 de febrero de 2020). La nota roja y la violencia de género tienen una historia complicada. *The Washington Post*. Recuperado el 15 de febrero de 2021, de <https://wapo.st/3oaGojX>
- Powell, C. (18 de junio de 2018). *How social media has reshaped feminism*. Recuperado el 13 de febrero de 2021, de Council on Foreign Relations: <https://on.cfr.org/3dSqpNH>
- Rategui, L. (2016). La construcción de la noticia desde el lugar del emisor. Una revisión del newsmaking. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, año 12, núm. 23.
- Reporte Índigo (28 de septiembre de 2020). ¿Por qué el 28 de septiembre es el Día por un aborto legal y seguro? *Reporte Índigo*. Recuperado de <https://www.reporteindigo.com/reporte/por-que-el-28-de-septiembre-es-el-dia-por-un-aborto-legal-y-seguro/>
- Rhode, D. L. (1995). Media Images, Feminist Issues. *Journal of Women in Culture and Society*, vol. 20, no. 3.
- Rovira, G. (8 de marzo de 2021). La ola de los feminismos en red: contra el poder y por los mundos de vida. *El Salto Diario*. Recuperado de <https://www.elsalto-diario.com/8marzo/internet-redes-sociales-cuartola-feminismos-en-red-contra-poder-mundos-vida>
- Rubira-García, R., & Puebla-Martínez, B. (2018). Representaciones sociales y comunicación: apuntes teóricos para un diálogo interdisciplinar inconcluso. *Convergencia* (76), 147-167.
- Urzúa Valverde, M. J., & Rodríguez Valadez, J. M. (8 de marzo de 2020). La nota roja y la ola morada: violencia de género y redes sociales. *Nexos*. Recuperado de <https://datos.nexos.com.mx/?p=1271>

Vázquez González, N. I. (2008). La violencia mediática: un estudio de caso. *Convergencia*, 103–125.

Wiener, G. (2 de enero de 2020). La década en que nos hicimos feministas. *The New York Times*. Recuperado el 10 de enero de 2020, de: <https://www.nytimes.com/es/2020/01/02/espanol/opinion/decada-feminista.html>

ENTREVISTA COLECTIVA

Dalia Souza es periodista y jefa de información en *ZonaDocs*, egresada de la Universidad de Guadalajara. Es editora y encargada de redes. Sus temas de interés son: migración, situación de movilidad humana, personas desaparecidas y víctimas de la violencia, denuncias sociales, exigencia de justicia y resguardo de memoria colectiva.

Katia Diéguez es reportera en *Territorio*, egresada del ITESO. Sus temas de interés son: género, temas locales, Jalisco, infancias y derechos humanos.

Ximena Torres es estudiante de periodismo en el ITESO, reportera en *ZonaDocs*. Cubre temas sobre feminismo y género, movilidad, salud y sexualidad.

III. Sistema de medios local y periodismo

El lado visible de los procesos de cambio en el periodismo contemporáneo: los despidos múltiples en las organizaciones informativas de Guadalajara

FRIDA V. RODELO*

¿POR QUÉ DOCUMENTAR LOS DESPIDOS MÚLTIPLES EN LAS ORGANIZACIONES INFORMATIVAS?

El despido múltiple de periodistas es un fenómeno que ha afectado a un número significativo de redacciones y que se da en el marco de procesos mundiales de “crisis” o “declive” de las organizaciones de medios informativos, así como de transformaciones profundas en el mundo del trabajo. Sin embargo, los procesos mencionados no se desarrollan de manera homogénea, sino que se configuran de acuerdo con las particularidades de cada contexto específico: estos pueden entrelazarse con condiciones que de antemano provocan inestabilidad, precariedad o violencia, como lo son, en el caso mexicano, la fragilidad institucional del periodismo y del propio Estado. En este capítulo se examinarán los despidos múltiples en las organizacio-

* Agradezco a la estudiante Lorena Jaqueline Aguilar Gómez, quien participó en la transcripción de las entrevistas y cuya asistencia en la investigación fue financiada mediante el Programa de Apoyo a la Mejora en las Condiciones de Producción de los Miembros del SNI y SNCA (Prosni) de la Universidad de Guadalajara.

nes informativas del Área Metropolitana de Guadalajara en el periodo 2016–2020, como parte de un proceso más amplio de cambio organizacional que incluye el deterioro de las condiciones laborales de las y los trabajadores de medios y la transformación de los modos de producción periodística.

La “crisis” o “declive” de las organizaciones de medios informativos ha afectado sobre todo a las que producen periódicos impresos, pero también a organizaciones de otros sectores de medios; esta ocurre en un contexto histórico, social, político, económico y tecnológico que incluye, en primer lugar, la concentración de la propiedad de los medios en conglomerados y el desgaste de los valores del servicio público en los medios. La concentración y la monopolización de mercados permiten a las empresas de medios manejar de mejor manera el riesgo en comparación con los costos que implica participar en un mercado competitivo (Flew, 2011). Por otra parte, medios comerciales producen productos más congruentes con una orientación hacia el mercado que con una orientación de servicio público como medida para asegurar ingresos (McChesney, 2015).

En segundo lugar, la “crisis” se da en asociación con la desestabilización en el modelo de negocios del periodismo (Picard, 2014): las tres primordiales fuentes de ingresos de los periódicos (los anuncios clasificados, los anuncios comerciales y las suscripciones) han sido severamente afectadas por la Internet (Bell & Owen, 2017). Esto incluye un desplome de los ingresos por publicidad, sobre todo en los medios impresos. Gracias a la nueva tecnología publicitaria —tales como Google Ads y Google AdSense—, los ingresos publicitarios se han desplazado de los

productores de contenidos a las empresas propietarias de estas tecnologías, como lo son Google y Facebook (Bell & Owen, 2017). Una muestra de esto es que en 2019 Facebook y Google capturaron 53% de los ingresos publicitarios en Estados Unidos (Barthel & Stocking, 2020).

El desplome de ingresos publicitarios ha sido posible porque Internet trajo también cambios radicales en el consumo de medios originados a partir de la abundancia de información gratuita en la red y a partir del aumento de competencia que significó el surgimiento de medios nativos digitales y de periodistas periféricos —personas que informan por su cuenta fuera de medios de comunicación y que pueden obtener ingresos por ello gracias a los programas de monetización de los medios sociales (Oller *et al.*, 2019). Las propias organizaciones de medios han contribuido a la abundancia de información gratuita en Internet a través de la producción de contenidos digitales como parte de estrategias de convergencia digital (Klinenberg, 2005).

Estas tendencias provocan incertidumbre acerca de la viabilidad de los modelos de negocios tradicionales de las organizaciones informativas (Bell & Owen, 2017), así como la demanda de cambio o adaptación de estas organizaciones a las nuevas circunstancias (Reinardy, 2010). No ha quedado más remedio para las organizaciones informativas, pues, que no oponerse a las tendencias mundiales recientes que han afectado el mundo del trabajo para producir precarización: 1) la desregulación de los mercados laborales; 2) el surgimiento de nuevas modalidades de empleo; 3) la tecnologización del lugar de trabajo, y 4) la descualificación (*de-skilling*) o recualificación (*re-skilling*) de la fuerza laboral (Örnebring, 2009).

Ambos grupos de tendencias, crisis de medios y transformación del mundo del trabajo, han tenido como resultado la precarización del trabajo periodístico: por un lado, los problemas económicos en las organizaciones de medios y las reestructuraciones de medios tradicionales que buscan reinventarse han sido causa de despidos múltiples de personal (Nel, 2020). Esto supone aligerar las nóminas de las organizaciones, así como la expectativa de que los trabajadores de medios aumenten su productividad (Ekdale *et al.*, 2015). Por otro lado, hay entre los periodistas una sensación de inseguridad laboral en distintos puntos de su carrera profesional, una de cuyas manifestaciones es el incremento de la necesidad de complementar los ingresos con otro trabajo (Örnebring, 2018); entre estudiantes y recién egresados la prisa por emplearse para adquirir experiencia, y, entre trabajadores de medios maduros, el dilema entre retirarse del periodismo o reentrenarse-requalificarse (Örnebring, 2018). En conclusión, se observa la precariedad como “característica clave del trabajo periodístico contemporáneo” (Örnebring, 2018).

¿Por qué importa esto? Se teme que si continúan las tendencias mundiales señaladas los valores profesionales que se han considerado centrales en la práctica periodística estén en riesgo de desvanecerse (Örnebring, 2009, p. 2; Bird, 2009) y el campo del periodismo en riesgo de debilitarse frente a otras instituciones y grupos con poder (McChesney, 2015). Estos riesgos son patentes ante signos como la cancelación de proyectos de periodismo investigativo y la reducción de personal para productos periodísticos de largo aliento; en el fracaso de los medios nativos digitales que realizan periodismo local, de investigación y crítico en desarrollar modelos de

negocio que logren ser rentables (McChesney, 2015; Bell & Owen, 2017); en que parte relevante de los periodistas despedidos abandonen el periodismo para incorporarse a otras industrias, y en que el personal sobreviviente a las reestructuraciones esté sujeto a peores condiciones laborales y a desarrollar aflicciones psicológicas y físicas —como lo son el *burnout* y la baja satisfacción laboral— que entorpecen su práctica periodística (Ekdale *et al.*, 2015; Reinardy, 2010).

A las tendencias mundiales anteriormente descritas hay que añadir el impacto de las condiciones particulares del periodismo mexicano. Algunas de estas son la baja lectoría de periódicos en comparación con los países del centro y norte de Europa, Estados Unidos y Canadá; un frecuente uso instrumental de los medios para lograr fines políticos (Hallin & Papathanassopoulos, 2002) y un régimen híbrido —es decir, que combina elecciones competitivas e instituciones democráticas con prácticas autoritarias— incapaz de contener la violencia contra periodistas debido en parte a debilidades institucionales y a que la protección de derechos a lo largo de su territorio es de una disparidad enorme (Hughes & Vorobeyva, 2019).

Los cambios en las organizaciones informativas en México se configuran de acuerdo con condiciones locales y tendencias globales. Un ejemplo es el Grupo Imagen, que despidió entre 2018 y 2019 a 25% de su plantilla laboral (400 personas) para hacer frente a la pérdida de ingresos prevista por el cambio de gobierno federal; el conglomerado multimedios fue de los más favorecidos durante la administración de Enrique Peña Nieto, de la que recibió 2,327 millones de pesos en ingresos por publicidad (Beauregard, 2019).

No hay estadísticas precisas sobre los despidos múltiples en las organizaciones de medios de los países latinoamericanos, en donde se ha dado en los últimos años este fenómeno. En países para los que sí hay estadísticas los despidos son comunes y sin recuperación al menos en el sector de periódicos impresos: en el periodo entre enero de 2017 y abril de 2018 al menos 36% de los periódicos con circulación mayor de 50 mil ejemplares diarios en Estados Unidos tuvieron despidos múltiples (Grieco, Sumida & Fedeli, 2018). Asimismo, en el periodo entre 2008 y 2019 el número de trabajadores en los periódicos estadounidenses descendió 53% (Grieco, 2020).

En este texto se señalarán las maneras en que tendencias globales se entrelazan con condiciones contextuales que de antemano provocan inestabilidad, precariedad y violencia, como lo son la fragilidad institucional del periodismo y del Estado mismo: ¿cómo se manifiestan tales tendencias en organizaciones informativas que son particularmente vulnerables debido a su baja lectoría y la enorme dependencia económica en el gasto público en publicidad? El estudio de Guadalajara, un caso particular en México, podría revelar esto.

LOS DESPIDOS MÚLTIPLES EN LAS ORGANIZACIONES INFORMATIVAS COMO PARTE DE UN PROCESO DE CAMBIO

La construcción del caso

El Área Metropolitana de Guadalajara, segunda urbe más poblada del país, es considerada un mercado relevante

para las organizaciones de medios, como lo demuestra la enorme diversidad de sus abundantes organizaciones informativas públicas y comerciales. Este dinamismo es reflejado por la existencia en la ciudad de referentes de periodismo cívico —como *Siglo 21* y *Mural*—, así como de organizaciones de la sociedad civil con presencia en la esfera pública. La existencia de organizaciones activas y de grupos de periodismo experimental —cuya organización en ambos casos es facilitada por las tecnologías de la información— ha permitido cierta desinstitucionalización del periodismo en Jalisco en el sentido de que el control de las noticias y de la profesión periodística no está solo en manos de instituciones como el gobierno, y de que la propiedad de empresas periodísticas no está únicamente depositada en grandes organizaciones (Picard, 2014).

Sin embargo, en comparación con la Ciudad de México y Monterrey, Guadalajara es una metrópolis con menor consumo de periódicos —menos suscripciones y ventas de ejemplares—. Esto implica menores audiencias y menor atractivo para las empresas anunciantes, así como, en las organizaciones que producen periodismo impreso, dependencia en la publicidad gubernamental y, en las organizaciones que forman parte de conglomerados, dependencia en la sinergia con medios hermanos localizados en otras sedes.

Tendencias globales, como las que se explicaron en el anterior apartado, se conjugan con las características del caso de Guadalajara para generar pautas tanto de despidos múltiples —cíclicos en ciertas organizaciones— como de cierres de organizaciones informativas y cancelaciones de proyectos, dos de los fenómenos más visibles dentro de un complejo proceso de cambio. La tabla 6.1 intenta recons-

truir el orden temporal y la magnitud de estos eventos a partir de datos obtenidos de comentarios públicos y entrevistas personales. Los eventos de despidos múltiples registrados han sido de hasta 44 trabajadores, como sucedió en Televisión Azteca Jalisco en enero de 2020. Otros despidos considerables han sido los de *El Diario NTR Guadalajara* y *Mural*, con más de 30 trabajadores despedidos en cada una de estas organizaciones (véase la tabla 1). Varias organizaciones tuvieron dos o hasta tres despidos múltiples en un periodo de cinco años.

Para obtener datos sobre los procesos de cambio organizacional en las organizaciones informativas con despidos múltiples se acudió a fuentes públicas y a entrevistas semiestructuradas. Para llevar a cabo estas últimas se realizó un muestreo de conveniencia por bola de nieve. Se entrevistó a 12 trabajadores de medios sobrevivientes o separados de organizaciones informativas que hubieran tenido despidos múltiples en el periodo 2015–2020. Se procuró tener variedad en cuanto al género, edad, puesto y organización de las y los participantes. La investigadora realizó todas las entrevistas, las cuales fueron precedidas por una descripción del objetivo del proyecto, el uso confidencial de los datos y la solicitud verbal de consentimiento informado. El criterio para detener la recolección de datos a través de entrevistas fue la saturación teórica. En aras de proteger la privacidad de las 12 personas participantes, su identidad es establecida únicamente mediante un código alfabético (A–L).

La recolección de datos se realizó a la par del análisis de datos, el cual consistió en la lectura de las entrevistas transcritas y la creación de códigos de acuerdo con los preceptos del método de la teoría fundada.

TABLA 6.1 CIERRES Y DESPIDOS MÚLTIPLES EN MEDIOS DE GUADALAJARA

Fecha	Tipo	Medio	Cantidad de despidos
2015	Despido múltiple	<i>Mural</i>	Indeterminado
2015, 14 de diciembre	Cierre	<i>La Jornada Jalisco</i>	Indeterminado
2015, 17 de julio	Despido múltiple	<i>Televisión Azteca</i>	Indeterminado
2016, 25 de octubre	Despido múltiple	<i>El Diario NTR Guadalajara</i>	≈8
2016, octubre	Cancelación de área	<i>El Diario NTR Guadalajara</i>	Indeterminado
2017, 15 de febrero	Cierre	<i>Más por Más Guadalajara</i>	Indeterminado
2017, 2 de agosto	Cancelación	<i>Proceso Jalisco</i>	Indeterminado
2018, 26 de abril	Despido múltiple	<i>El Informador</i>	≈45
2018, 27 de octubre	Cancelación	<i>Notisistema</i>	Indeterminado
2018, 30 de agosto	Despido múltiple	<i>Milenio Jalisco</i>	Indeterminado
2019, 13 de febrero	Despido múltiple	<i>El Informador</i>	≈10
2019, 31 de octubre	Despido múltiple	<i>El Diario NTR Guadalajara</i>	≈29
2019, 7 de febrero	Despido múltiple	<i>Notisistema</i>	Indeterminado
2019, marzo-abril	Despido múltiple	<i>El Occidental</i>	≈5
2019, 7 de octubre	Despido múltiple	<i>Mural</i>	≈30
2020, 10 de febrero	Cierre	<i>El Tren</i>	Ninguno
2020, 21 de enero	Despido múltiple	<i>Televisión Azteca</i>	≈44
2020, 29 de febrero	Despido múltiple	<i>Notisistema</i>	≈13
2020	Despido múltiple	<i>Publmetro</i>	Indeterminado
2020, mayo	Despido múltiple	<i>Canal 6 de Milenio</i>	≈3
2020, mayo-junio	Despido múltiple	<i>El Occidental</i>	≈16
2021, 5 de febrero	Despido múltiple	<i>MVS Noticias Jalisco</i>	4
2021, 29 de junio	Despido múltiple	<i>El Informador</i>	≈47 (14 editorial, 33 no editorial)

Nota: Hasta junio de 2021. No se puede asumir la exhaustividad de los registros, pues no es obligatorio reportar estos eventos y las personas trabajadoras pueden temer ser etiquetadas por hablar en público al respecto. La mayor cantidad de registros en los últimos años puede reflejar la mayor facilidad para recuperar datos sobre eventos recientes.

Los resultados dan cuenta de despidos múltiples y cierres como punta del iceberg de un complejo proceso de cambio que comprende: 1) la reducción o adelgazamiento de la organización; 2) la convergencia y adaptación de la organización, y 3) la precarización del trabajo periodístico (véase la figura 6.1).

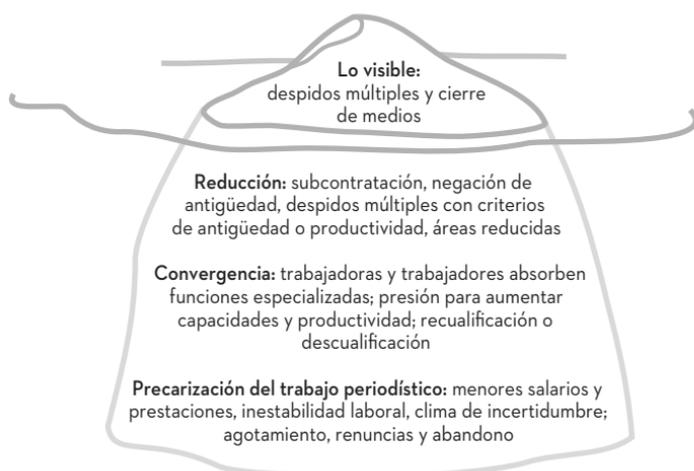
La reducción o adelgazamiento de la organización

La reducción del personal debe verse en el contexto más amplio de la reducción del tamaño de la organización (en inglés *downsizing*), es decir, un conjunto de actividades llevadas a cabo por la gerencia de la organización y diseñadas para mejorar la eficiencia, productividad o competitividad de la organización [...] que afecta a) el tamaño del personal de la firma; b) los costos, y c) los procesos de trabajo (Cameron, 1994, p. 192).

En el caso de Guadalajara se identificó la reducción en las organizaciones tanto mediante la desregulación y flexibilización laboral como a partir de despidos de personal, así como sustanciales cambios en las estructuras organizacionales que se asocian con esta.

La reducción de la organización mediante la desregulación y flexibilización incluye medidas de desregulación y flexibilización laboral, como la subcontratación de personal, la elaboración de contratos temporales y las modalidades alternativas de empleo. Las “plazas” laborales —trabajadores permanentes— parecen ser una cosa del pasado (D, E), lo cual es un menoscabo para las y los trabajadores, pues, como nos compartió K, tener una plaza permanente en una organización grande da una sensación de tranquilidad.

FIGURA 6.1 DESPIDOS Y CIERRES COMO PARTE VISIBLE DEL PROCESO DE CAMBIO EN EL PERIODISMO CONTEMPORÁNEO



Hay organizaciones de medios grandes en las que gran parte del personal ha tenido contratos temporales desde las décadas de 2000 y 2010 que no reconocen su antigüedad (K, D). El personal que se encuentra en esta situación permanece en la compañía esperando que se abra una “plaza” (puesto permanente) —muchas veces en vano (D, F). Los contratos temporales deben ser renovados cada seis meses, como en las organizaciones *Notisistema* y *Jalisco TV* (K, H); con los nuevos empleados esto puede realizarse incluso de manera mensual (L). El primer contrato laboral de K fue por únicamente un mes, el siguiente por seis meses (K).

En ocasiones, el personal es obligado a firmar nuevos contratos para la misma compañía o para una diferente razón social (K). En el segundo de los casos, el o la trabajadora es subcontratada por una empresa *outsourcing* (A,

B, J). El personal subcontratado no suele recibir reparto de utilidades, pues la compañía *outsourcing* suele no generar ninguna utilidad (K, M). En al menos un caso los trabajadores fueron transferidos a una razón social en la que todo el personal estaba sindicalizado, pero, al mismo tiempo, “perdiendo” su antigüedad (J). Las y los trabajadores no suelen tener manera de oponerse a estos cambios, pues con frecuencia no forman parte de un sindicato que los represente o que negocie de forma efectiva con los patrones. Además, las organizaciones suelen insistir en que este es un cambio “solo en el nombre” que no va a afectar la antigüedad (A, B). Esto genera incertidumbre en las y los trabajadores de medios; como dice B: “algunos sí confían y otros, pues... necesitan seguir trabajando, ¿no?”

La subcontratación y los contratos temporales coexisten con otros esquemas de empleo y categorías de trabajadores: entre estas, los trabajadores de confianza, las “colaboraciones” y contratos de prestación de servicios profesionales (también conocidos como trabajadores independientes o *freelancers*), los contratos donde el o la trabajadora está sujeta a prueba (F), las prácticas profesionales y, en radio, la comercialización de espacios. En esta última, periodistas —por ejemplo, en programas deportivos— no son considerados trabajadores, sino que ocupan espacios con la única obligación de dar a la organización de medios una proporción de los ingresos por la comercialización, comisión que puede ser de 70% para la organización de medios y 30% para quienes producen el programa (K).

La reducción de la organización mediante los despidos de personal plantea para las organizaciones los problemas de comunicar y justificar esta medida, así como el de seleccionar al personal por despedir. Algunas explicaciones de

los despidos múltiples que circulan en las organizaciones refieren las dificultades financieras de la organización —incluso su inminente quiebre (H)—, la falta de una adecuada comercialización (H), la existencia de una redacción o un equipo capaz pero muy caro (I, K) y las dificultades financieras acarreadas por la pandemia de covid-19 (L).

Los criterios de selección del personal despedido se relacionan con las características de la organización. Un participante expresó que el criterio fue la productividad: sobrevivieron al recorte los que tenían mayor capacidad de ajustarse a los incrementos de carga de trabajo (C). La organización de este participante es joven, y el despido fue probablemente una manera de reducir costos en un contexto de disminución de ingresos publicitarios y de menores subsidios gubernamentales. Por el contrario, D dice que los fundadores de su organización fueron las y los seleccionados para ser despedidos —personas con 15 años de antigüedad en adelante— en una selección quirúrgica realizada por personal de recursos humanos en las oficinas centrales de la organización con base en consideraciones estrictamente financieras. K, por otra parte, dice que las y los empleados despedidos en su organización eran todos sin excepción parte del sindicato.

Los últimos casos (D, I, K) se dan en organizaciones relativamente viejas en las que el personal fundador o con mayor antigüedad y sindicalizado recibe los mayores salarios (los cuales por ley no pueden disminuir) y adecuadas prestaciones laborales, con lo que llegan a representar una parte significativa de la nómina: “Cada día le generábamos antigüedad y era darle pesos para la hora de liquidarnos. Entonces prefirieron invertirlo y aligerar la nómina” (D). Para I, esto era inevitable: “La verdad es que fue una ha-

zaña durar tantos años ahí, pero terminé siendo [...] la periodista más cara de [...] [el medio de comunicación] y tenía que suceder tarde o temprano. Entonces creo que esto era hasta cierto punto lógico, si el valor del comercio, del negocio, estaba bajando tanto” (I).

Un caso particular es el de L quien, aunque joven y sin antigüedad, tenía uno de los ingresos más altos entre el personal y, por tanto, fue despedido (L).

Hay empresas que promueven el retiro anticipado (H, J) y finiquitos “atractivos” como forma de “prevenir” despidos (J). Pueden darse incluso casos de negociaciones especiales con empleados con larga antigüedad, quienes podrían renunciar de forma voluntaria si reciben una compensación justa (J, I) o que pueden, ante una necesidad financiera, aceptar su recontractación a cambio de una compensación económica (H). Otra posibilidad es que la renuncia voluntaria se dé ante la necesidad del trabajador de desarrollo profesional (L).

La reducción de la organización con frecuencia implica cambios en la estructura organizacional: pueden crearse o eliminarse equipos (como sucedió con la unidad de investigación de *El Diario NTR Guadalajara*), secciones, procesos, productos (como lo fueron el suplemento *Proceso Jalisco*, el periódico gratuito *El Tren* y el servicio *Informatel*); incluso pueden venderse medios. La reducción de la organización puede dar paso a replanteamientos del proceso de trabajo al interior de la redacción; un ejemplo de esto fue la política “cero errores” en *El Informador* (A). Otro cambio común es que las organizaciones pueden buscar reducir gastos a expensas de prestaciones relacionadas con los días de descanso y las horas extra o dejar de solicitar colaboraciones (G). Todos los anteriores pueden ocasionar

el desgaste del personal (H). Otro objeto de cambio son los criterios editoriales, los cuales pueden ajustarse para atraer a un abanico más amplio de audiencias —por ejemplo, mediante la incorporación de un tono sensacionalista o de un enfoque centrado en temas como el crimen (G).

Durante la reducción o adelgazamiento algunas áreas son eliminadas o fusionadas con otras. En algunos periódicos han resultado afectadas las áreas de cultura y deportes (B), y en muchas organizaciones han desaparecido puestos especializados, como la corrección de estilo, la fotografía y la elaboración de infografías. Otra forma de adelgazamiento puede darse de acuerdo con el lugar: las organizaciones con alcance nacional pueden reducir o incluso eliminar a todo el personal permanente en oficinas regionales que no se consideran esenciales (K).

El adelgazamiento puede comprender una reducción en la cantidad de los contenidos producidos. Por ejemplo, los periódicos pueden reducir sus números de páginas, como en los casos de *El Diario NTR Guadalajara* y *Mural* (D), o eliminar sus ediciones de fin de semana, como en *Milenio Jalisco* y *El Diario NTR Guadalajara* (B). En otros casos el periódico mantiene, al menos por cierto tiempo, la misma cantidad de contenidos, pero desgastando al personal, como sucedió en *El Informador*, *El Diario NTR Guadalajara* y *Milenio Jalisco* (A, I, J, C, H).

A partir de la pérdida de funciones y personal con el adelgazamiento hay menos personas que revisan o corrigen los artículos, lo cual ocasiona que se publiquen más errores (A, D, H). Asimismo, hay menos capacidad para darle seguimiento a los asuntos públicos (D) o menor oportunidad para añadir profundidad y complejidad a la información (I).

LA CONVERGENCIA Y ADAPTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

El proceso de reducción de la organización se da en muchas organizaciones al mismo tiempo que se registran procesos de transformación de las organizaciones informativas en empresas multimedios capaces de producir para mercados convergentes: típicamente, organizaciones que producían para un solo medio comienzan a producir notas para la web, o periódicos incursionan en la radio o en el video bajo demanda. Un ejemplo en el que se entrelazaron ambos procesos es el de *El Diario NTR Guadalajara*, organización que redujo su nómina casi al mismo tiempo que se expandía hacia la radio, lo cual implicó una sobresaturación de labores para las y los trabajadores del medio (B, C): “Nos quedamos el 20% del equipo y de todas formas tenemos que sacar el 100% del trabajo, porque creo que lo único que se hizo en ese entonces fue reducir en una plana el periódico, pero [...] teníamos que llenar el diario y teníamos la web y teníamos que participar, llenar los espacios radiofónicos” (C).

Los puestos especializados —por ejemplo, la corrección de estilo, fotografía y elaboración de infografías— han tendido a desaparecer o disminuir (A, B, I, F). La fotografía puede ser considerada no esencial en la medida en que gracias a la convergencia tecnológica los teléfonos de gama alta permiten a cualquiera tomarlas (I). Esta forma de adelgazamiento, asociada a la convergencia digital, ha provocado que las y los reporteros adquieran más funciones y responsabilidades en un proceso de adaptación que puede recurrir al castigo. Un ejemplo de esto fue la ya mencionada “política cero errores” de *El Informador*, en

que se sancionaba con un día de descanso a la persona que acumulara tres “errores” “de hecho, de nombre, de fecha o cifra” (Portavoz_ GDL, 2017, 14 de noviembre).

También hay presión para aumentar las capacidades y la productividad para tener mayores oportunidades (I). Las y los aspirantes a vacantes que pueden realizar más funciones tienen más oportunidades de ser contratados en empresas de medios (L). Pero también el aumento de capacidades es importante para el personal con experiencia:

Tengo fotos de todo porque sé que es parte de mi obligación, pero, además [...] tratando de tener material disponible para muchas plataformas porque de repente surgen oportunidades, y tú puedes participar en otro tipo de proyectos y obtienes algo más de recursos y obtienes un espacio que no tenías, entonces es necesario bajo esa lógica [...] ser más completa como periodista (I).

De acuerdo con las y los participantes, ante la disminución de la estabilidad las organizaciones de medios han desaprovechado oportunidades de cambio. Hay quienes opinan que las organizaciones deberían dedicarse a producir menos piezas informativas, pero más profundas y “bien reporteadas”, en vez de producir una alta cantidad de artículos cortos de rutina que resultan triviales —modelo que persiste, dice I, tal vez como forma de preservar el prestigio o el protagonismo de la organización informativa dentro de la esfera pública (I). Otras oportunidades desaprovechadas radican en depender menos de los subsidios gubernamentales (I), dejar de dar prioridad al periódico impreso y enfocarse más en la edición digital (J) y unir

fuerzas con otros medios para hacer periodismo de investigación colaborativo (I).

LA PRECARIZACIÓN DEL TRABAJO PERIODÍSTICO

Incluso en las organizaciones que solían ofrecer buenas condiciones de trabajo los salarios de las y los periodistas se han deteriorado en los últimos lustros. “I” cuenta que fue a mitad de la década de 2000 cuando decidió que necesitaba un segundo trabajo periodístico: “Hasta entonces yo no había necesitado trabajar en otro medio para completar mi gasto. Desde entonces yo necesito mínimo dos, pero tengo regularmente tres o cuatro ingresos” (I). Esto es común, pues para las personas en organizaciones con buenos salarios ha habido pocos aumentos y disminución de prestaciones (H, I).

La percepción que las y los trabajadores tienen del salario tiene un impacto emocional: para los trabajadores permanentes la existencia de un salario, aunque pequeño, da sensación de estabilidad y tranquilidad (K). Otras opiniones en torno al salario compartidas por las y los participantes son: la insuficiencia del salario que ofrecen las organizaciones en Guadalajara —sobre todo desde el punto de vista de las personas que han trabajado para organizaciones en la Ciudad de México (E, B)—, y que los salarios pueden ser muy bajos porque hay muchas personas jóvenes sin experiencia laboral dispuestas a aceptarlos (C, K). Algunos participantes consideran que los trabajos en los medios en general no ofrecen buenos salarios, pero los aceptan porque les gusta la profesión (K), porque consideran que la profesión exige ciertos sacrificios entre los que

se encuentran este y los horarios de trabajo (J) y porque no hay otras opciones (F, G).

Las y los trabajadores que forman parte de sindicatos pueden tener mejores prestaciones (J, K, L), así como una mayor tranquilidad, pues sienten que cuentan con el respaldo del sindicato para cuidar de sus intereses (K). Sin embargo, al mismo tiempo pueden guardar actitudes negativas hacia estos al considerar que ser trabajador permanente y sindicalizado ocasiona que no asciendan dentro de la organización (K). La mayor parte de las y los participantes coincidieron en el empeoramiento de las condiciones laborales. Los beneficios que en mayor medida se han perdido son las horas extra, el segundo día de descanso y las vacaciones pagadas (H). En al menos una organización las aportaciones patronales al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) son menores a las que corresponden según el salario del trabajador. Esto perjudica a los trabajadores, quienes acumularán menos dinero en su fondo de ahorro para el retiro (Afore) y subcuenta de vivienda (Infonavit). Una situación similar es cuando el patrón deja de pagar la contribución del IMSS (C). Un participante refirió una situación en la que sus compañeras tenían miedo de enfermarse, pues podrían descontarles los días no trabajados (B): “Yo he tenido compañeros de otros medios que [...] se enfermaron de dengue y [...] con tal de que no [les] recortaran [el salario] trabajaron así enfermos” (B).

Los relatos de la experiencia del despido revelan las actitudes de los directivos y jefes con el personal y su apego a la legislación laboral o bien su conformidad con esquemas de precarización laboral. Estas se ubican en un rango entre la actitud de cooperación con el perso-

nal despedido y sensibilidad (B) y la actuación sigilosa y violenta —en la que empleados son aislados en cuartos, expulsados de las oficinas por guardias de seguridad y en la que no se coopera con el extrabajador (K, E). La liquidación se considera justa y conforme a ley en la mayoría de los casos (A, B, D, E, F, I, L). Sin embargo, también hay despidos en los que extrabajadores afirman no haber recibido una compensación, como lo fue en los cierres de *La Jornada* (G) y *Proceso Jalisco* (G). O casos en los que extrabajadores dicen no haber recibido una compensación justa, como en Notisistema (H) y Televisión Azteca (K). En la primera organización se ofreció una cantidad más baja que la esperada bajo el pretexto de que la empresa tenía dificultades financieras y se sugirió a los extrabajadores que demandaran si no estaban de acuerdo (H): “Que si querías firmar, bueno. Y que si no, pues que se iban a ir a juicio y pues ultimadamente a ver de qué vivían mientras, ¿no?” (H). En la segunda organización los extrabajadores dicen ser engañados, pues el abogado les notificó que, a pesar de haber sido despedidos, los documentos firmados acreditan una renuncia voluntaria (K). Además de la liquidación, otra obligación patronal en la que las empresas pueden buscar evadir sus responsabilidades es el reparto de utilidades (K).

La inestabilidad laboral y el tamaño relativamente pequeño del campo periodístico hace que las y los trabajadores tengan escaso poder frente a las empresas de medios en caso de litigio laboral: temen ser estigmatizados por exigir sus derechos y saben que en el futuro podrían requerir de oportunidades laborales. Cuando hay demandas laborales contra las organizaciones, las y los extrabajadores tratan de evitar el riesgo de repercusiones: en una empresa “no

querían hacer un escándalo porque temían que eso los fuera a perjudicar” (G). Cuando la liquidación se considera justa el personal despedido trata de mantener una buena relación con la organización: “Yo también traté de [...] terminar bien con la empresa porque uno no sabe cuándo vuelve a regresar” (L). Esto es relevante porque con frecuencia los despidos son seguidos, pocas semanas o meses después, por nuevas contrataciones. Estas, sin embargo, suelen hacerse con salarios más bajos (F, C; Valdez, 2016). En ocasiones los mismos trabajadores que fueron despedidos son recontratados casi de inmediato, pero con un salario más bajo o menores prestaciones (F, H). Hay organizaciones, como *Milenio Jalisco* y *El Informador*, en las que hay ciclos de recortes y contrataciones cada dos o tres años (I). El nuevo personal contratado suele ser más joven y, por ende, con menor experiencia (K).

Los mencionados fenómenos de la precarización repercuten en la incertidumbre o ansiedad entre las y los trabajadores. Esta se manifiesta en la falta de certezas acerca de qué va a pasar en la organización, de cuándo va a ser el siguiente recorte y quiénes serán las siguientes personas despedidas. De si la organización o el área van a sobrevivir o no (G, J), o de sus condiciones laborales. El o la trabajadora puede dudar acerca de si ha conservado derechos asociados a su antigüedad después de que se le pidió firmar un nuevo contrato laboral (A, B, C). La incertidumbre puede causar miedo y creencias que alimentan la sumisión: “Si dicen que no a algo pues se van a quedar sin empleo” (B). Se trata de un estado alimentado por la percepción de “cosas extrañas” dentro de la organización: frases crípticas o silencios de los jefes son interpretados por las trabajadoras como señal de que algo malo está

por pasar (B, C). En otros casos, hay rumores (A, J, K) o, simplemente, conocimiento de los despidos y cierres que han estado ocurriendo en otras estaciones y oficinas de la misma organización de medios (K). O una apreciación de cambio en la naturaleza de los despidos: “De unos tres, cuatro años hacia acá [...] el panorama o el motivo de los despidos ya era diferente, de otros motivos, pues” (D). Esta incertidumbre o ansiedad tiene efectos no únicamente en el bienestar mental de las personas que integran la organización, sino también en su productividad: “Sí tarda como que la gente en volver a entrar en la dinámica de trabajo de día” (A).

Las y los trabajadores también expresan síntomas de agotamiento (*burnout*), como la fatiga (B, E, H) y la desganancia (B, H) tras el incremento de trabajo tras despidos (B, H), cuestionarse el sentido de continuar trabajando en la organización (K), depresión y ansiedad (H). Una emoción común fue la de sentirse como un trabajador en una maquiladora haciendo trabajo a destajo, impersonal, alienante y fácilmente reemplazable (B, C, F, H). También se manifestó en los relatos la desilusión: el sentirse poco valorado/a (E), tenerse que conformar con un trabajo con malas condiciones laborales (F), haber imaginado que las cosas iban a ser mejores (G, J) o, entre los más jóvenes, experimentar condiciones que no esperaban cuando estudiaban la carrera (E).

Algunas personas deciden renunciar voluntariamente a la organización antes o después de un despido múltiple. Estas con frecuencia trabajan en condiciones adversas que son incapaces de tolerar. O bien pueden prever que habrá despidos o conflictos en el futuro, ante lo cual renunciar es una opción mejor que continuar una situación que es

estresante o adversa para su salud mental (C, G, I), donde hay un deterioro de sus condiciones de trabajo (C) o que es contraria a su visión de lo que es el periodismo, como sucede cuando experimentan presiones o censura en la redacción (C, I) o cuando están en desacuerdo con la línea editorial de la organización (C, G, I).

Los anteriores relatos de precarización se contrastan en la narrativa de las y los participantes con el relato —casi siempre en pasado— de un clima laboral en el que las y los trabajadores podían aprender y desarrollar sus capacidades, ser respetados y reconocidos (H), ser parte de un equipo bien integrado (L), un lugar en el que una puede ser feliz y en donde el buen periodismo es importante (B), donde todos te saludan y te dan las gracias (K).

CONCLUSIONES

En este capítulo se intentó comprender el fenómeno de los despidos múltiples en las organizaciones de medios como parte de un proceso más amplio de cambio organizacional que incluye el deterioro de las condiciones laborales de las y los trabajadores de medios y la transformación de los modos de producción periodística. Como tal, este texto propone que el cambio abarca tres procesos interrelacionados: el adelgazamiento, la convergencia y adaptación, y la precarización laboral.

Los tres procesos mencionados pueden continuar hasta que las empresas logren llegar a un punto de equilibrio que les proporcione estabilidad financiera. El principal obstáculo para lograr esa estabilidad es estructural: a escala mundial siguen perdiendo ingresos publicitarios las organizaciones informativas que producen contenidos para las

plataformas tradicionales (periódicos, radio y televisión abiertas, televisión por cable). En los planos nacional y local siguen sin promulgarse normas que, con criterios de interés público, transparencia y racionalidad, regulen la transferencia de recursos públicos a las industrias periodísticas. Asimismo, vacíos legales permiten que sigan vigentes los esquemas de flexibilización laboral que provocan inestabilidad para las y los trabajadores y, por ende, la precarización del empleo en los sectores de medios.

La precarización produce un daño humano considerable: el desempleo y el agotamiento físico y mental de las y los trabajadores. Pero, además de esto, la afectación al periodismo como institución puede ser profunda, pues están en juego la pérdida de empleos periodísticos, la pérdida de periodistas que se ven obligados a abandonar la profesión y, para finalizar, el desgaste de los valores profesionales de servicio público compartidos por la comunidad periodística.

REFERENCIAS

- Barthel, M. & Stocking, G. (14 de julio de 2020). Key facts about digital-native news outlets amid staff cuts, revenue losses. Pew Research Center. Recuperado el 12 de noviembre de 2020 de <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/07/14/key-facts-about-digital-native-news-outlets-amid-staff-cuts-revenue-losses/>
- Beauregard, L. P. (3 de mayo de 2019). Fin de ciclo para la prensa mexicana. *El País*. Recuperado el 12 de noviembre de 2020 de https://elpais.com/internacional/2019/05/03/mexico/1556840314_544026.html

- Bell, E. J., Owen, T., Brown, P. D., Hauka, C., & Rashidian, N. (2017). The platform press: How Silicon Valley reengineered journalism. Recuperado el 26 de marzo de 2020 de https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php
- Bird, S. E. (2009). The future of journalism in the digital environment. *Journalism*, 10(3), 293-295.
- Cameron, K. S. (1994). Strategies for successful organizational downsizing. *Human Resource Management*, 33(2), 189-211.
- Ekdale, B., Tully, M., Harmsen, S., & Singer, J. B. (2015). Newswork within a culture of job insecurity: Producing news amidst organizational and industry uncertainty. *Journalism Practice*, 9(3), 383-398.
- Flew, T. (2011). Media as creative industries: Conglomeration and globalization as accumulation strategies in an age of digital media. En D. W. Jin & D. Winseck (Eds.), *The Political Economies of Media: The Transformation of the Global Media Industries* (pp. 84-100). Londres: Bloomsbury Academic.
- Grieco, E. (2020). U.S. newspapers have shed half of their newsroom employees since 2008. Pew Research Center. Recuperado el 19 de noviembre de 2020, de <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/04/20/u-s-newsroom-employment-has-dropped-by-a-quarter-since-2008/>
- Grieco, E., Sumida, N. & Fedeli, S. (2018). About a third of large U.S. newspapers have suffered layoffs since 2017. Pew Research Center. Recuperado el 19 de noviembre de 2020 de <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/04/20/about-a-third-of-large-u-s-newspapers-have-suffered-layoffs-since-2017/>

- org/fact-tank/2018/07/23/about-a-third-of-large-u-s-newspapers-have-suffered-layoffs-since-2017/
- Hallin, D. C., & Papathanassopoulos, S. (2002). Political clientelism and the media: Southern Europe and Latin America in comparative perspective. *Media, Culture & Society*, 24(2), 175-195.
- Hughes, S. & Vorobyeva, Y. (2019). Explaining the killing of journalists in the contemporary era: The importance of hybrid regimes and subnational variations. *Journalism*, 1464884919885588.
- Klinenberg, E. (2005). Convergence: News production in a digital age. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 597(1), 48-64.
- McChesney, R. W. (2016). *Rich media, poor democracy: Communication politics in dubious times*. Nueva York: The New Press.
- Nel, F. (2010). *Laid Off; What do UK journalists do next*. Preston: University of Central Lancashire.
- Oller, M., Shapiro, I., Andresen, K., Anikina, M., De Maio, M., Hamada, B., & Manda, L. Z. (2019). Defining the Worlds of Journalism Study Sample. Recuperado el 19 de noviembre de 2020 de http://www.academia.edu/download/62356661/Paper_Defining_the_Worlds_of_Journalism_Study_WJS20200313-89549-yglk68.pdf
- Örnebring, H. (2009). *The two professionalisms of journalism: Journalism and the changing context of work*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism/University of Oxford.
- Picard, R. G. (2014). Twilight or new dawn of journalism? Evidence from the changing news ecosystem. *Journalism Practice*, 8(5), 488-498.

- Portavoz_GDL (14 de noviembre de 2017). Se filtra “política cero errores” del @informador. Pretenden sancionar con días de descanso a reporteros, editores y supervisores por cada error cometido en la edición del diario. La medida indigna al personal. Recuperado de https://twitter.com/Portavoz_GDL/status/93052284773101569
- Reinardy, S. (2010). Downsizing effects on personnel: The case of layoff survivors in US newspapers. *Journal of Media Business Studies*, 7(4), 1-19.
- Valdez, J. (2016). *Narcoperiodismo*. México: Aguilar.

Tres partidos distintos y un solo Sistema Jalisciense de Radio y Televisión

BERNARDO MASINI AGUILERA*

¿QUÉ DEBERÍA SER UN MEDIO PÚBLICO ESTATAL?
¿QUÉ HA SIDO EL SISTEMA JALISCIENSE DE RADIO
Y TELEVISIÓN?

El atributo “público” con que se denomina a ciertos medios de comunicación puede prestarse a ambigüedades conceptuales y prácticas como las que de hecho existen a lo ancho del globo. Mientras en la mayoría de los países europeos se asume que los medios públicos son administrados por entes gubernamentales y sus contenidos reflejan el folclor de las sociedades a las que pertenecen, en Estados Unidos la sociedad civil organizada interviene de manera más directa en su administración. Un común denominador en estos y el resto de los casos es el afán no lucrativo de su quehacer. Incluso los medios públicos que se presumen como grandes transnacionales que venden buena parte de lo que producen, como la BBC de Londres, se sostienen en mayor medida del presupuesto gubernamental. Grandes o pequeños, nacionales o regionales, los medios públicos son herramientas para garantizar derechos sociales y políticos.

- Agradezco las valiosas aportaciones que hicieron a este texto Cristina Romo Gil (qepd), Guillermo Orozco Gómez, Darwin Franco Mígués, Juan Manuel Velázquez Ramírez y Juan S. Larrosa-Fuentes. Cualquier imprecisión en el documento es responsabilidad exclusivamente mía.

La información crítica y de calidad, así como las manifestaciones artísticas y culturales que los miembros de una comunidad demandan para conocerse mejor a sí mismos, no pueden depender de los medios privados. Los criterios editoriales de estos últimos tienden a apearse a las lógicas del mercado y de la competencia económica, lo que raras veces vuelve prioritaria la atención de los derechos de las audiencias. Por ello los medios públicos son tan necesarios. En el caso específico de América Latina, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco por sus siglas en inglés) sugirió un conjunto de atributos para este tipo de medios. Para cumplir su función como catalizadores culturales de sus comunidades deben gozar de independencia editorial y financiera; autonomía de sus órganos de gobierno; pluralidad en sus contenidos, así como la prevalencia del interés público en su administración y en sus producciones (Becerra y Waisbord, 2015, p. 14).

Es necesario guardar las debidas proporciones entre medios públicos de envergadura global como la citada BBC, la Deutsche Welle alemana o la RAI en Italia, y el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRTV). Comparten al menos su razón de ser elemental, pues son herramientas del estado para la difusión de la cultura de grupos sociales determinados. Ahora bien, un sistema de medios que se sufraga con los impuestos de los jaliscienses deber tener como propósito elemental que nos enteremos de lo que ocurre en nuestro estado; que nos conozcamos mejor entre nosotros; que apreciemos nuestra diversidad cultural y, en la medida de lo posible, que la compartamos con otros grupos sociales de México y el mundo. De hecho, palabras más o palabras menos, ese es el objetivo que declara para

sí mismo el SJRTV en el Artículo 4to. de su ley orgánica vigente.

El sitio oficial del Sistema señala que su misión es “Ser una organización de medios de comunicación, con cobertura estatal, de prestigio y credibilidad, con base en la excelencia de nuestros servicios y productos, estrechamente vinculada a la sociedad”. En las próximas páginas intentaremos bosquejar la medida en que este propósito se ha cumplido en las primeras dos décadas del siglo XXI, bajo administraciones estatales emanadas tanto del Partido Acción Nacional (PAN) como del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y de Movimiento Ciudadano (MC).

Como antecedentes referenciales han de señalarse algunos datos. El primero de ellos es el origen de la radiodifusión pública en Jalisco, que data al menos desde 1941, cuando se inauguró la estación XEJB-AM. Jalisco fue pionero en la exploración de la banda de FM en México, pues en 1960 lanzó al aire la XEJB-FM que transmitía desde la Casa de la Cultura Jalisciense. En aquel año apenas existía un puñado de estaciones comerciales en la frecuencia modulada que posteriormente se especializaría en la transmisión de música. El canal de televisión llegó en enero de 1991, cuando bajo la dirección de Jesús Burgos y siendo gobernador del estado Guillermo Cosío Vidaurri, comenzó sus transmisiones la XHGJG-TV, que desde entonces fue conocida como el Canal 7 local. Ese hecho marcó el nacimiento formal del Sistema, con su nombre y siglas actuales. Su red incluye repetidoras de las estaciones de radio y el canal televisivo en las ciudades de Puerto Vallarta, Ciudad Guzmán y Tepatlán de Morelos. Asimismo, la transición a la televisión digital terrestre, coloquialmente denominada “apagón analógico”, multiplicó por cuatro la

señal televisiva, disponible en los canales 25.1, 25.2, 25.3 y 25.4 desde enero de 2015, aunque por la vía de los hechos a la fecha solo operen los primeros dos de ellos.¹

Apenas había rebasado su primer año de vida cuando el Sistema se topó con su primera encrucijada: las explosiones del 22 de abril de 1992 en el Sector Reforma de Guadalajara. Por razones que no se comprendieron entonces ni en la actualidad, tanto las estaciones de radio como el canal de televisión decidieron dejar de transmitir su señal durante una semana. En otras palabras, cuando más urgente era para los tapatíos contar con medios de información que les explicaran lo que requerían saber en medio de la situación de emergencia, nuestro sistema público renunció a atender su razón de ser elemental (Larrosa-Fuentes, 2015).

Un paso hacia adelante en su institucionalidad se logró en noviembre de 1993, durante el interinato de Carlos Rivera Aceves como gobernador del estado. Siendo secretario de Cultura Juan Francisco González Rodríguez se constituyó un consejo consultivo para el Sistema. Presidido por Cristina Romo Gil, tuvo su primera sesión el 2 de diciembre de ese año y estuvo integrado por reconocidos periodistas, profesionales de la comunicación y académicos de Jalisco. Además de González Rodríguez y Romo Gil, participaron en ese organismo colegiado Guillermo Vaidovits Schnuerer, Alfonso Hernández Barba, Raúl Fuentes Navarro, Carlos Luna Cortés, Ignacio Martín del Campo, José Antonio Cázares Munguía, Alberto González Gómez, Eduardo Quijano Tenreiro y Enrique Sánchez Ruiz. Con el tiempo su composición varió y dio espacio a otros espe-

1. Cfr. la semblanza histórica del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión en su página oficial: C7jalisco.com

cialistas como Guillermo Orozco Gómez, quien sustituyó a Carlos Luna.

Los oficios del consejo arrojaron dividendos significativos, como el coloquio *Radio y televisión de servicio público para Jalisco* que se llevó a cabo en julio de 1994 con la participación de algunos de los expertos en la materia más importantes de México. También lograron gestionar el cambio de ubicación de la antena de televisión, que fue recolocada en el Cerro del Cuatro. Ello permitió una mejora sustancial en el alcance y la calidad de la recepción del Canal 7 en los telehogares tapatíos. El Consejo Consultivo no contó con el mismo respaldo con el advenimiento de Alberto Cárdenas Jiménez a la gubernatura del estado (1995-2001). De hecho el SJRTV fue desplazado de la Secretaría de Cultura a la Dirección General de Comunicación Social, a cargo de Irma Pía González Luna Corvera. La decisión fue duramente criticada por los especialistas que vieron en la maniobra un intento por convertir al Sistema en una vocería gubernamental. El órgano ciudadano de consulta dejó de funcionar en 1996.

Para bien o para mal es preciso recordar que el SJRTV no es el único medio público que existe en Jalisco. Comparte esa condición con el Sistema Universitario de Radio, Televisión y Cinematografía (SURT) de la Universidad de Guadalajara. De este proyecto podría decirse que es el único consorcio mediático de la entidad que atiende a cabalidad el abanico de las plataformas comunicativas posibles: cuenta con un canal de televisión, nueve estaciones de radio distribuidas por el estado, una gaceta universitaria, páginas web e incluso infraestructura para la producción y distribución cinematográfica. Además en el Área Metropolitana de Guadalajara es posible sintonizar otros medios

públicos de instancias federales como el Canal Once del Instituto Politécnico Nacional (IPN) y el Canal 22 de la Secretaría de Cultura. Algunos sistemas de televisión restringida ofrecen también la señal de TV-UNAM.

LOS AÑOS AZULES

Los resultados electorales registrados entre 1988 y 2006 en Jalisco hicieron suponer que este era uno de los bastiones del PAN a escala nacional. De hecho emanaron de este partido tres gubernaturas consecutivas que marcaron políticamente la transición local al nuevo milenio. Se trató de las administraciones de Alberto Cárdenas Jiménez (1995-2001), Francisco Javier Ramírez Acuña (2001-2007) y Emilio González Márquez (2007-2013). El primer año del siglo que corre coincidió con los primeros días del gobierno de Ramírez Acuña, quien designó a José de Jesús Parada Tovar como director del SJRTV. Este nombró a Samuel Muñoz Gómez director del canal de televisión. Muñoz trabajaba en el Sistema desde 1992, antes del advenimiento de los panistas al poder. A partir de 1995, cuando comenzó el sexenio de Alberto Cárdenas, fue requerido paulatinamente para papeles más protagónicos en la estructura del Sistema. En sus propias palabras pasó de jalar cables a ser reportero, productor y posproductor. Se encargaba de la producción del programa *Alebrijes* cuando propuso una reestructuración del canal de televisión, con la colaboración de Juan Manuel Velázquez Ramírez. La propuesta le valió ser nombrado director de la estación televisiva a partir del sexenio de Ramírez Acuña. Con González Márquez llegó a ocupar la dirección general del SJRTV, entre 2007 y 2013 (Ávila, 2012).

Si bien Samuel Muñoz dejó el cargo en 2013, cuando el PRI volvió a ocupar el Ejecutivo estatal después de dieciocho años de panismo, la estructura y las lógicas de operación del medio público que delineó en su gestión prevalecen en buena medida. Una considerable cantidad de los programas que ocupan las parrillas de las estaciones de radio y la de televisión corresponden a proyectos que se echaron a andar en este periodo, particularmente en el Canal 7, en el que tuvo mayor injerencia por haberlo dirigido entre 2001 y 2007. Fue también una época de formación de cuadros en la producción de contenidos. Muchos empleados y colaboradores que trabajan delante, pero sobre todo detrás de los micrófonos y las cámaras, llegaron y se capacitaron en esos años. El Canal 7 no solo era el medio que más producción propia tenía en el ecosistema local sino que incluía los únicos espacios críticos respecto a los medios de comunicación. Así ocurrió en los programas que produjo y condujo Juan Manuel Velázquez: *Voces: una ventana a la comunicación* (2001–2004), y *Sentidos: comunicación, cultura y sociedad* (2004–2007). En este último Samuel Muñoz fungió como conductor al lado de Velázquez.

Ese momento histórico se caracterizó por el influjo paulatino de la televisión restringida en los hogares jaliscienses. A la fecha de esta investigación más de la mitad de las casas del estado tienen acceso a algún sistema de televisión de paga. El crecimiento de esta oferta complicó las posibilidades de este y cualquier medio público de interpelar a la población pues la “competencia” se multiplicó. El reto de lograrlo a través de contenidos evocadores arrojó los mismos magros resultados que han caracterizado al SJRTV antes, durante y después de las ad-

ministraciones panistas. Algunas excepciones televisivas, que llegaron a superar un punto de rating en mediciones hechas en junio de 2008 fueron *Hijos del barro* (1.48 pts.), *Aquellos tiempos* (1.26 pts.) y *Siluetas* (1.04 pts.). Conviene señalar que en este sistema de medición un punto corresponde a un aproximado de 10 mil televidentes (Picón, 2008:22).

2008 fue un año importante para el Sistema, toda vez que en abril sus instalaciones se mudaron de la Casa de la Cultura Jalisciense al Edificio México, en Francisco Rojas González 155, colonia Ladrón de Guevara. El inmueble concebido por Félix Aceves en la década de los setenta no solo es patrimonio arquitectónico de la ciudad sino que brindó condiciones para que el Sistema se estableciera de manera más holgada y eficiente. Incluso se contó con espacios para que los empleados hicieran ejercicio y pudieran recrearse en sus tiempos muertos. La inversión en infraestructura dotó al SJRTV de tecnología de punta en algunas de sus herramientas de producción. En ese mismo año se invitó a dos consultores en el afán de hacer más llamativa la programación. Douglas Crew, quien había trabajado en CNN y en CBS, colaboró con Pedro Villabona, quien tenía experiencia como gerente de soporte técnico y control de calidad en Discovery Networks Latinoamérica. Con ese impulso se concibieron 45 proyectos distintos específicamente para la estación de FM y otros 20 para su homóloga en amplitud modulada. Se suscribió también un convenio para que la señal de Canal 7 se transmitiera por el sistema satelital DirecTV en el área metropolitana de Los Ángeles, California. Sin embargo, su consolidación no parecía una prioridad para el gobernador Emilio González Márquez, más preocupado por atender la voracidad de los

medios privados a la espera de un tratamiento periodístico benévolo. Frente a 33.7 millones de pesos (mdp) de que dispuso el Sistema como presupuesto en 2008, el gobernador había entregado la friolera de 147 mdp a consorcios comerciales en los primeros dos años de su gestión. 55 de esos millones se entregaron a Televisa en 2007 para subsidiar el encuentro con estudiantes denominado *Espacio* que la televisora organizó en la ciudad. La cifra por sí misma rebasó el presupuesto total asignado al SJRTV. Otros 21 mdp se entregaron al canal estadounidense MTV para auspiciar una entrega de premios que realizó en Guadalajara al año siguiente (Ronalds Casillas, 2008, p. 16).

En los años sucesivos la conquista de las audiencias se complicó aún más, no solo para este y cualquier otro medio público sino también para los de índole comercial. Las plataformas que facilitaron el acceso a contenidos a través de internet siguieron ganando terreno paulatinamente entre los jaliscienses. Aunado a ello el Canal Once del IPN logró multiplicar sus alcances en señal abierta a lo largo del territorio nacional, de manera que fue asequible en los receptores de los tapatíos a partir de 2010. El 31 de enero de 2011 comenzó sus transmisiones el Canal 44 del SURT de la Universidad de Guadalajara. Respaldado por periodistas y productores audiovisuales que ya gozaban de experiencia y posicionamiento en la plaza, el nuevo canal televisivo rebasó rápidamente al Canal 7 en sus niveles de audiencia. Su oferta puso en entredicho al Sistema adscrito a la Secretaría de Cultura estatal, que en cierta forma podía excusar la monotonía de sus contenidos en las aparentes restricciones que implica la condición de medio público. Se había vuelto evidente que el SJRTV requería una inyección de recursos, pero sobre todo de creatividad.

Tanto el Canal 22 del entonces Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta), hoy Secretaría de Cultura, como el Canal Once del IPN se encontraban en fase de expansión de sus alcances territoriales. Este último se había aventurado a la producción de contenidos de ficción, como las series *Soy tu fan* (adaptación de una serie argentina homónima) y *Paramédicos*. En ellas participaron actores de renombre como Irene Azuela, Bruno Bichir o Ana Claudia Talancón. Las novedades en la oferta de los medios públicos visibilizaban las diferencias presupuestales entre ellos, con la consecuente marginalidad a la que sometían a las estaciones del Sistema. En el ámbito radiofónico las emisoras de la XEJB mantenían su relativo posicionamiento junto a las más de 40 estaciones que se escuchaban en el Área Metropolitana de Guadalajara, a las que se suman decenas de estaciones esparcidas en el resto del estado. Frente a ese panorama, hacer de tripas corazón no era un gesto de audacia directiva sino necesidad inaplazable.

Una importante iniciativa que abanderó el SJRTV entre el 8 y el 10 de junio de 2011 fue la celebración del Foro Mundial de Medios Públicos, cuya organización recayó en el propio Sistema y en la Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas de México (Muñoz presidió este organismo entre 2009 y 2011). Se trató de un hito en la materia, pues logró convocar a 190 medios públicos, universitarios y comunitarios de alrededor de 50 países. Especialistas de todo el planeta discutieron durante tres días sobre los avatares de la convergencia tecnológica y la multiculturalidad que debe reflejar este tipo de medios. Los representantes de estos suscribieron varios acuerdos de colaboración e intercambio de contenidos. El producto más relevante del foro fue la promulgación de la *Declaratoria de Jalisco*

por los medios públicos en la era digital (Franco Miguez, 2012, p. 127). El documento propuso, entre otras cosas, crear marcos regulatorios que garanticen la existencia y la independencia editorial de los medios públicos; promover los derechos humanos en materia de comunicación y educación; fomentar la producción y la circulación de contenidos que aborden la realidad de minorías sociales como las comunidades indígenas, las mujeres o los jóvenes; diversificar las fuentes de financiamiento de los medios públicos, y crear observatorios que evalúen la calidad y la pluralidad de sus contenidos.

Por otra parte, unos meses después Guadalajara fue la sede de los XVI Juegos Panamericanos celebrados entre el 14 y el 30 de octubre de 2011, en medio de grandes polémicas por los costos y la poca transparencia que implicó su organización. La justa deportiva que involucró a 42 naciones del continente alcanzó una cobertura televisiva que, según las estimaciones oficiales, llegó a 102 países del mundo. El Comité Organizador (Copag) vendió los derechos de transmisión a consorcios de todas las latitudes, aunque solo dos empresas mexicanas adquirieron el paquete con la totalidad de las competencias: Sky, que pertenece a Televisa, y TVC Deportes. Un tercer actor se vio beneficiado con los derechos de transmisión por su adscripción a la instancia gubernamental que organizó los juegos: el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión. Guadalajara 2011 fue una oportunidad para que los ciudadanos del estado estrecháramos nuestra relación con nuestro medio público por excelencia. Si bien Sky y TVC habían comprado los derechos por la totalidad de las competencias, no alteraron toda su programación habitual, cosa que sí hizo el SJRTV. De esa forma los interesados en el desarrollo de las 36

disciplinas deportivas pudieron darles seguimiento prácticamente a cualquier hora del día, en transmisión directa.

El Internet como recurso alternativo para difundir *urbi et orbi* las competencias panamericanas en tiempo real fue otro protagonista de la justa deportiva. Con una cobertura más amplia que la del resto de los consorcios establecidos en la plaza, el Sistema incorporó un servicio de *streaming* de video que fue muy apreciado por quienes no tenían una televisión a su alcance, pero sí una computadora conectada a la red (v. gr. quienes que se encontraban en sus lugares de trabajo cuando se presentaba alguna competencia importante). Ese hecho le valió un posicionamiento momentáneo entre algunos jaliscienses entusiasmados con los Juegos, quienes por primera vez —y tal vez la única— visitaron su sitio oficial. Sin embargo, la brecha tecnológica entre el SJRTV y los medios comerciales se hizo manifiesta en la calidad del video emitido por Internet. Era lento y pixelado, lo que dio lugar a fuertes críticas de parte de los usuarios. Por si fuera poco, Guadalajara 2011 también sirvió de escaparate para que el Grupo Carso, emporio de Carlos Slim, presentara en sociedad su canal por Internet denominado UnoTV. En los momentos en que la señal pública y la comercial transmitían los mismos contenidos muchos usuarios optaban por esta última, cuya velocidad y nitidez en la imagen superaban al medio que es patrimonio de los jaliscienses (Acevez Muñoz, 2012).

En todo caso los Juegos Panamericanos arrojaron un saldo positivo para el Sistema en términos de la visibilidad obtenida y las audiencias ganadas, así haya sido de manera temporal. El Canal 7 se refirió a sí mismo en esa coyuntura como “C7: el canal de los Panamericanos”. Pero las competencias no abarcaban la totalidad de su progra-

mación que fue complementada con programas de análisis, noticias y resúmenes de las actividades deportivas. En ese sentido llamó la atención el protagonismo del director general, Samuel Muñoz, quien de buenas a primeras condujo estos programas junto a algunos de sus colaboradores. Sin las credenciales necesarias ni el suficiente conocimiento de causa, Muñoz aparecía a cuadro hablando de boliche y de volibol, de judo y de gimnasia artística. Las fronteras de lo que corresponde hacer al director y lo que corresponde a los talentos que figuran en la pantalla se desdibujaron sin justificación, aunque ese rasgo distintivo en el canal se haría más drástico cuando el PRI volvió al poder y sustituyó a Muñoz con Sergio Ramírez Robles.

Las aguas del mar mediático jalisciense no se apaciguaron luego de la ceremonia de clausura de los Panamericanos. La alarma del reloj electoral volvió a pitar desde finales de 2011 y así lo hizo hasta mediados de 2012, cuando se celebraron en simultáneo las elecciones presidenciales en el plano federal y las locales que renovaron la gubernatura. En lo que respecta al proceso que llevó al Ejecutivo estatal a Jorge Aristóteles Sandoval Díaz (PRI), los dos sistemas de medios públicos establecidos en Jalisco desempeñaron un papel preponderante. Tal y como hicieran los medios comerciales —impresos, electrónicos o digitales—, dieron cobertura a las campañas en la medida de sus posibilidades. Insertaron espacios de análisis y discusión política en sus distintos programas, en los que no faltaron las entrevistas y las comparencias de prácticamente todos los candidatos. Mas su carácter público fue el criterio con el que el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana (IEPC) los eligió para producir y transmitir el debate celebrado entre los aspirantes a la gubernatura el 1 de mayo de 2012.

Diez días después, en la Ciudad de México, un exabrupto del candidato presidencial Enrique Peña Nieto y su equipo de campaña en la Universidad Iberoamericana dio lugar a un movimiento que nació estudiantil y luego aglutinó todo tipo de voces ciudadanas. Bajo el nombre #YoSoy132 esta agrupación logró colocar en el imaginario colectivo fuertes cuestionamientos tanto al PRI como al sistema político mexicano. Como consecuencia de ello, lo que parecía que sería un triunfo holgado de Peña Nieto fue en realidad una victoria más estrecha y cuestionada, con una diferencia de 6.62% con respecto a Andrés Manuel López Obrador.² El asunto viene a cuento porque el movimiento convocó a un debate entre los candidatos en las postrimerías de las campañas. Se llevó a cabo el 19 de junio y el abanderado priista declinó participar. Apenas tres radiodifusoras, de las que solo una era comercial, accedieron a transmitirlo. A imagen y semejanza de lo que ocurrió con los candidatos presidenciales, el brazo jalisciense de #YoSoy132 convocó a un ejercicio similar a los postulantes a la gubernatura. También esta iniciativa se encontró con fuertes resistencias de los medios electrónicos para su transmisión, con la honrosa excepción del SJRTV. Tanto en el Canal 7 como en las estaciones de la XEJB pudo sintonizarse el encuentro que los candidatos sostuvieron en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) el 21 de junio (Paláu Cardona, 2013, pp. 77-79). Tal y como había ocurrido en el ámbito federal, el entonces candidato priista Aristóteles Sandoval se rehusó a acudir.

2. Cfr. el *Atlas de resultados electorales 1991-2012* del Instituto Nacional Electoral, disponible en www.ine.mx

EL REGRESO DEL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL

Las elecciones de 2012 pusieron fin a 12 años consecutivos de administraciones panistas en la Presidencia de la República, y a 18 en el caso de la gubernatura de Jalisco. Aristóteles Sandoval asumió la titularidad del Ejecutivo estatal el 1 de marzo de 2013, y con él sobrevino el inminente relevo en la dirección general del SJRTV. Llamó la atención que llegara al cargo Sergio Ramírez Robles, quien hasta finales de 2012 se había desempeñado como jefe de Comunicación Social del gobernador panista de Puebla Rafael Moreno Valle. En aquella encomienda Ramírez dio lugar a fuertes polémicas por entablar demandas contra los periodistas que mantenían una línea crítica respecto a la gestión de Moreno Valle, particularmente los de la revista *Proceso*.

El nuevo director del Sistema dio continuidad a algunos proyectos irreversibles relacionados con la transición digital y echó a andar otros tantos. En septiembre de 2013 el gobernador Sandoval propuso al Congreso una iniciativa por la cual el SJRTV se convertiría en un organismo público descentralizado. Si bien continuaría sectorizado en la Secretaría de Cultura, ganaría cierta autonomía procedimental que, al menos en teoría, fortalecería su independencia editorial. La propuesta fue aprobada por el Legislativo en noviembre junto a una nueva Ley Orgánica para el medio público. Esta ley presentó novedades que propios y extraños reconocimos como avances si lograban consolidarse más allá del papel. Uno de ellos era el restablecimiento del Consejo Consultivo, figura que ya había funcionado en

tiempos de Rivera Aceves. Otra gran novedad, que incluso se adelantó a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión que el Congreso de la Unión aprobó en 2014, fue la figura del defensor de las audiencias. De esa forma, al menos los primeros meses de la nueva administración parecían prometedores.

Los ajustes tanto en la programación como en la línea editorial no se hicieron esperar. Desde el 6 de mayo de 2013 los contenidos de los canales de televisión y las estaciones de radio se homologaron en una lógica de transmisión que económicamente se refirió como la “multiplataforma”. Esto dio lugar a un drástico reduccionismo que paradójicamente era referido por los miembros del Sistema como un gesto de creatividad. Por la vía de los hechos lo que ocurrió fue que los contenidos diseñados para la televisión se colocaban en las señales de radio. Se volvió costumbre escuchar en las estaciones de AM y FM expresiones como “Usted puede ver en estas imágenes la sesión de ayer en el Congreso”, o “Escríbanos a la dirección electrónica que aparece en la pantalla”, sin aludir a la imposibilidad de los radioescuchas de recibir tal información. Por otra parte, la diversidad de que gozaban las distintas parrillas quedó limitada a una sola vertiente de contenidos que las audiencias percibían no solo en la radio y en la televisión sino también en el *streaming* de su página de Internet.

Un análisis realizado en febrero de 2014 por María Fernanda González y Diego Guillén, entonces miembros del Observatorio de la comunicación Q-ITESO (hoy ETIUS), dio cuenta de un ajuste drástico en la línea editorial del principal noticiero del Sistema, *C7 Noticias de verdad*, conducido por Alfonso Javier Márquez. En sus contenidos se volvió preponderante la presencia de Aristóteles Sandoval,

por mucho el sujeto más mencionado en las notas de la muestra. No es tan extraño que el gobernador del estado sea el actor social más aludido en un noticiero local. Lo que llamó la atención fueron las proporciones, pues junto a 15 menciones a Sandoval, ningún otro actor —priista o de oposición— fue objeto de más de tres alusiones a lo largo de dos semanas de monitoreo (González Hernández y Guillén Peña, 2014:54). En cuanto al tratamiento recibido: 10 de las 15 menciones al gobernador fueron planteadas en términos positivos. Las otras cinco fueron en tono neutral. De hecho la única nota con tratamiento negativo en toda la muestra fue para el diputado perredista Enrique Velázquez. Ese mismo estudio encontró que nueve de los 32 conductores de los programas revisados ocupaban algún cargo público distinto a sus funciones frente a los micrófonos. Su presencia en 28,5% de los programas del canal televisivo reforzó un discurso benévolo, incluso laudatorio de la administración estatal.

La estrategia de comunicación no se limitó a la línea editorial del SJRTV, cuya imagen institucional se tiñó de un color rojo similar al que utiliza el PRI en escenarios electorales, en lugar del azul y el verde que había utilizado hasta entonces. Destacó en ese sentido la aparición de una publicación mensual coordinada por la Dirección de Comunicación Social que en la primera mitad del sexenio encabezó Alberto Lamas Flores. Sin mayores rodeos recibió el nombre de *Buenas noticias* y, como puede suponerse, solo daba espacio a notas elaboradas desde instancias gubernamentales que resaltaban la supuesta bonanza económica y social de Jalisco. Su tiraje era de 500,000 ejemplares y se distribuía de manera gratuita en puntos estratégicos de la entidad. El flujo de dinero hacia

los medios de comunicación privados, principalmente a través de la compra de publicidad, llegó a dimensiones nunca antes vistas: tan solo en 2013 el gobierno de Aristóteles Sandoval erogó 195'650,000 pesos en este rubro (Vicencio Huerta, 2014, p. 121).

En lo que respecta al Sistema, el retorno del PRI al poder había repercutido de manera transversal en la línea de sus contenidos. Si bien las cuestiones culturales no desaparecieron por completo, fueron opacadas por un evidente énfasis en lo político, cuyo discurso se impregnó de un oficialismo mal cocinado y peor disimulado. La señal digital duplicó las transmisiones televisivas, abocando el primero de los dos canales a contenidos noticiosos (el 25.1) y dejando en segundo lugar el que se destinó al ámbito cultural (el 25.2). Sergio Ramírez aparecía a cuadro y en el cuadrante un día sí y al siguiente también. Sus editoriales solían ser apologías del gobierno estatal o bien diatribas dirigidas a la oposición o a la sociedad civil que se organizaba para cuestionar a Aristóteles Sandoval. En el caso de los ciudadanos interesados en el desarrollo del SJRTV, en términos generales recibieron con beneplácito la nueva ley orgánica, pues en el papel ofrecería más autonomía a la institución, aunque por la vía de los hechos estaba ocurriendo lo contrario.

Como se mencionó, también se reconocieron como avances significativos las disposiciones por las cuales se restablecería el Consejo Consultivo y se crearía la figura del defensor de las audiencias. Ambos procesos dieron lugar a sendas convocatorias para recabar propuestas de los interesados durante la primavera de 2014. La respuesta ciudadana dio prenda de interés y de buena disposición: 34 profesionales de la comunicación —ya periodistas o

académicos, ya de instituciones públicas o privadas— se postularon para ocupar alguno de los siete espacios vacantes en el Consejo Consultivo. Otros cuatro puestos corresponderían *ex officio* a la secretaria de Cultura (quien preside el organismo); al director general del Centro Jalisco de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; al secretario de Innovación, Ciencia y Tecnología, y al propio director del SJRTV. En cuanto a su primer defensor de las audiencias, cuatro personas respondieron a la convocatoria, incluido quien esto escribe.

A través de ternas propuestas por Ramírez Robles, el gobernador determinó a los siete vocales ciudadanos elegidos. Se trató de Ana Xóchitl Castañeda, Ramiro Escoto, Raúl Frías, Julio César Hernández, Guillermo Orozco, Jorge Robledo y Alejandro Tavares López. Junto al resto de los consejeros fueron convocados a tres sesiones del organismo entre septiembre de 2014 y marzo de 2015. Al cabo de esa fecha los trabajos del Consejo se interrumpieron sin mayor explicación. Por su parte, Gabriel Orozco Bernáldez fue designado por la Junta de Gobierno como el primer defensor de las audiencias del Sistema. Su experiencia en el servicio público y su participación en el programa *Artefacto* del Canal 7 fueron elementos que favorecieron su perfil y su consecuente elección. En los días posteriores al nombramiento Sergio Ramírez manifestó que el defensor dispondría de un lugar en las instalaciones del medio público que favoreciera su labor, así como asistencia logística. De igual modo contaría con un espacio semanal en la programación de radio y televisión para presentar su trabajo, emitir sus recomendaciones y fomentar el conocimiento —y aprovechamiento— de su rol. El ofrecimiento se concretó en una emisión mensual, en vez de semanal,

del programa denominado *C7 Defensor*, que apareció al aire por primera vez el 5 de septiembre y por última el 10 de octubre de 2014. Al cabo de solo dos emisiones el proyecto fue suspendido (Masini Aguilera, 2015, pp. 87-89).

Un programa que aparece una sola vez al mes difícilmente permea el imaginario de su público receptor. Había nacido el defensor de las audiencias, pero parecía que las autoridades del medio preferían que no se supiera de su existencia, y mucho menos de sus funciones. Tal era el escenario cuando la opinión pública nacional se sacudió con la desaparición de 43 estudiantes de la Normal Rural de Ayotzinapa, Guerrero, el 26 de septiembre de 2014. El tema llenaba páginas de diarios y minutos de noticieros no solo en Jalisco ni en el país sino en el mundo entero. La indignación ciudadana y la solidaridad de otros países crecían en la misma proporción que el descrédito del gobierno de Enrique Peña Nieto y su gabinete de Seguridad. Sin embargo, el tema apenas fue mencionado en los noticieros del SJRTV. Ello propició que las audiencias buscaran a su defensor para, con su mediación, exigir una cobertura acorde con la relevancia del problema. El 8 de octubre hubo una nutrida marcha por las calles de Guadalajara —y varias ciudades del país— para exigir la aparición de los estudiantes. Las omisiones periodísticas del Sistema dieron pie a un desencuentro entre Sergio Ramírez y Gabriel Orozco que derivó en la renuncia de este último cuando llevaba apenas tres meses en el cargo. En los días posteriores el defensor explicó a la prensa que no había recibido las condiciones idóneas para hacer su trabajo y que prefería evitar más desaguisados con la dirección, pues

lejos de favorecer a las audiencias frustrarían el desarrollo del medio público (Ávila, 2014).

Napoleón Medrano Andrade, académico de la Universidad de Guadalajara que había obtenido el segundo mayor puntaje en el proceso de selección del defensor, fue invitado a ocupar el cargo de forma interina. Apenas llegó, emitió su primera recomendación el 14 de noviembre, en la que hizo la misma solicitud que su antecesor: dar cabal cobertura al tema de los desaparecidos de Ayotzinapa en los espacios noticiosos. El director aceptó a regañadientes la petición en una lacónica circular que firmó en la misma fecha (Masini Aguilera, 2015, pp. 92-94). En febrero de 2015 Medrano renunció a su interinato, por lo que en los primeros días de marzo el resto de quienes nos interesamos originalmente en ejercer el cargo fuimos invitados a ser interinos del interino. Ante la claridad de que no había condiciones para ejercer el puesto como su naturaleza lo supone, declinamos la invitación.

El 11 de marzo ocurrieron tres cosas en un mismo día: la Junta de Gobierno designó a Julio César Hernández Gutiérrez como defensor interino; este emitió una recomendación en la que solicitó al SJRTV abstenerse de cubrir las campañas electorales que comenzarían en abril, y Sergio Ramírez aceptó la recomendación a través de una nueva circular. Los documentos que formalizaron las tres acciones se asentaron con la misma fecha y los procesos se resolvieron sin mayor publicidad ni consideración al Consejo Consultivo. La opinión pública no se hizo esperar. La negativa a informar sobre el proceso electoral se justificó mediante una interpretación oblicua de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, que prohíbe a los gobiernos anunciar sus logros durante

las campañas. Pocos días después Ramírez Robles fue invitado a coordinar la estrategia de comunicación de los candidatos priistas a las alcaldías del Área Metropolitana de Guadalajara.

La extraña negativa a cubrir el proceso electoral contra-venía la ley orgánica del Sistema, en la que se explicita que una de sus razones de ser es la de informar a la sociedad jalisciense de cuanto requiere saber para tomar decisiones y comprender su entorno político y social. Ningún otro medio público, local o nacional, tomó medidas de esa índole. Frente a la falta de explicaciones suficientes de parte de la dirección o de la secretaria de Cultura, Myriam Vachez Plagnol, especialistas en derecho a la información y analistas políticos hicieron sus propias conjeturas: Enrique Alfaro Ramírez, candidato de Movimiento Ciudadano y principal adversario del PRI en Jalisco, llevaba una ventaja considerable en la carrera por la alcaldía de Guadalajara. Al parecer el SJRTV no quiso participar en la visibilización de una sonora derrota del Revolucionario Institucional, que finalmente ocurrió no solo en Guadalajara sino en 79 de los 125 municipios del estado.

Después de la derrota electoral Sergio Ramírez no volvió a la dirección del medio público. Aristóteles Sandoval lo envió como representante de su gobierno al municipio de Puerto Vallarta, lejos de los reflectores de que dispuso en los primeros años del sexenio. Gabriel González López había ocupado de manera interina el cargo hasta que el gobernador designó en su lugar a Alberto Mora Martín del Campo el 28 de septiembre. Hijo de Alberto Mora López, alcalde interino de Guadalajara entre 1992 y 1995, el nuevo director había trabajado junto a Ramírez Robles en el equipo de comunicación del PRI durante el

proceso comicial. Su estrategia fue criticada por centrarse en elaborar diatribas contra Enrique Alfaro (cosa que eufemísticamente llamaron “campana de contraste”) y por su ineficacia: conforme más incidían en ella más creció la ventaja de su oponente, quien ganó la alcaldía con más de 51% de los sufragios: 23 puntos porcentuales de ventaja sobre Ricardo Villanueva, el candidato priista.

Al frente del Sistema había llegado un adlátere del director anterior, por lo que era poco probable que hubiera cambios radicales en su lógica de operación o en su línea editorial. Desde mayo se había designado a Alberto Velasco Vera como nuevo defensor de las audiencias (el cuarto en menos de un año), pues fue el único candidato que se registró en una convocatoria fugaz y desangelada luego de las experiencias previas. La nueva dirección no ofreció mejores condiciones al defensor y su espacio al aire seguía suspendido. Incluso la liga para hacer contacto con él fue relegada a un lugar menos visible de la página oficial del SJRTV.

En noviembre Alberto Mora Martín del Campo suscribió un convenio con la cadena comercial Radio Fórmula. El acuerdo abrió lugar en la parrilla de las estaciones de FM de Guadalajara, Puerto Vallarta y Ciudad Guzmán, a noticieros que el consorcio comercial ya difundía en el estado a través de sus estaciones de AM. Por la vía de los hechos el medio público jalisciense se prestó para duplicar la presencia de un poderoso medio privado, propiedad de Rogerio Azcárraga Madero. El argumento original para justificar la medida fue, en palabras del director, aprovechar el posicionamiento de conductores como Joaquín López Dóriga, José Cárdenas, Carlos Loret de Mola, Christian Martinoli y Luis García, de manera que favorecieran la

recuperación de las audiencias que, reconoció, se habían perdido desde que se puso en marcha la lógica de la multiplataforma. Mas ello implicaba violentar la naturaleza elemental de cualquier medio público, cuyos contenidos deben reflejar la identidad y la realidad de la sociedad en la que tienen su origen. La decisión sacó del aire programas elaborados en Jalisco, hechos por jaliscienses y con temas locales, para multiplicar contenidos comerciales, centralistas y de dudosa calidad periodística.

Diversos actores de la sociedad civil, entre defensores del derecho a la información, artistas, académicos y periodistas reprocharon al director esta disposición, tomada sin auscultar la opinión de la Junta de Gobierno ni la del Consejo Consultivo. La propia secretaria de Cultura, Myriam Vachez Plagnol, reconoció en una entrevista radiofónica que el convenio debía revertirse “lo antes posible”.³ Con ello hizo evidente no solo su discrepancia con respecto a la medida sino también la escasa comunicación con Alberto Mora, a pesar de que el SJRTV está sectorizado en la dependencia a su cargo, y la ministra preside *ex officio* tanto la Junta de Gobierno como el Consejo Consultivo. Al cabo de cinco semanas de operación del convenio, una petición en la plataforma Change.org había acopiado más de 9 mil firmas de personas que exigían que fuera revertido. Columnistas de Jalisco y de la Ciudad de México se sumaron a los reclamos de los jaliscienses que sentimos que nuestra estación de radio pública se había entregado a los intereses de un emporio comercial. El 18 de enero de

3. La ministra fue entrevistada por Verónica López García y Alfredo Sánchez en *Señales de humo*, programa de Radio Universidad de Guadalajara, el 11 de enero de 2016.

2016 Alberto Mora emitió un videomensaje en que anunció la cancelación del vínculo con Radio Fórmula y la paulatina restauración de contenidos locales y diferenciados para las tres señales: AM, FM y televisión.

EL ADVENIMIENTO DE MOVIMIENTO CIUDADANO

El ascenso vertiginoso de la figura de Enrique Alfaro como caudillo de la política jalisciense llegó a su punto culminante con su amplia victoria electoral en la carrera por la alcaldía tapatía en 2015. Entre 2009, cuando compitió y ganó la alcaldía de Tlajomulco bajo el auspicio del Partido de la Revolución Democrática (PRD), y 2015, cuando devino presidente municipal de Guadalajara postulado por MC, Alfaro obtuvo un impresionante rédito político como opositor. En 2012 perdió la carrera por la gubernatura frente a Aristóteles Sandoval, pero fue una suerte de campeón sin corona para los jaliscienses, a quienes supo ganarse con una audaz estrategia de comunicación, fresca y propositiva.

La tendencia alcista de su imagen pública comenzó a revertirse una vez que ocupó la alcaldía más compleja de Jalisco. Como titular del cabildo tapatío no fue sencillo mantener tal popularidad. El ejercicio del poder es mucho más complicado que el de las candidaturas de oposición y pronto se hicieron visibles contradicciones; tráfico de influencias y conflictos con la prensa crítica que mellaron paulatinamente su popularidad. Alfaro jamás disimuló su intención de contender por la gubernatura en 2018, lo que alzó las cejas de buena parte de la opinión pública, convencida de que estaba utilizando la alcaldía de Guadalajara como catapulta para su siguiente proyecto político.

A la llegada del proceso electoral 2017–2018 el alfarismo se encontraba en declive, pero los partidos tradicionales se encontraban en franco colapso. Por ello no tuvo mayores complicaciones para salir vencedor en los sufragios que lo convirtieron en gobernador a partir del 6 de diciembre de 2018.

En las semanas previas a su toma de posesión trascendían los nombres de quienes integrarían su gabinete. Al interior del SJRTV reinaba el nerviosismo pues nada se sabía sobre quién sucedería a Alberto Mora en la dirección. De hecho, antes que el nombre del eventual director, lo que se discutía entre interesados era si había o no un proyecto específico para el medio público jalisciense. La legislatura saliente había dejado en suspenso una iniciativa para reformar la ley orgánica del SJRTV que había elaborado el Capítulo Jalisco de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (Amedi Jalisco) y que había presentado el diputado independiente José Pedro Kumamoto Aguilar en mayo de 2017. Representantes del gobernador electo buscaron a los integrantes de la Amedi Jalisco para estudiar la viabilidad de la iniciativa. Entre otros aspectos transfería al Congreso del Estado la atribución del nombramiento del director general del Sistema que había recaído en el titular del Ejecutivo. En los primeros intercambios de mensajes Alfaro manifestó suscribir la iniciativa y que haría lo conducente para recolocarla en la agenda del Poder Legislativo. Una vez que tomó posesión no volvió a atender las solicitudes de audiencia de la Amedi para darle seguimiento al proyecto.

El nombramiento del nuevo director general demoró casi cinco meses, pues no se dio sino hasta el 26 de abril de 2019. Enrique Alfaro designó en el cargo al empresario

radiofónico Alejandro Tavares López, quien para entonces ya contaba con una carrera exitosa como locutor y productor, así como organizador de festivales musicales. Como se señaló arriba, Tavares había sido uno de los integrantes del Consejo Consultivo de efímero funcionamiento entre 2014 y 2015. Si bien algunos celebraron su perfil por estimar que conocía sobre radio y televisión en tanto industrias culturales, otros se preocuparon por el cariz que podría asumir el SJRTV dirigido por alguien más especializado en el espectáculo que en la cultura. La Amedi Jalisco emitió un comunicado el 28 de abril en el que señalaba, entre otras cosas, lo siguiente:

Nos preocupa que en la trayectoria pública de Tavares y en sus declaraciones recientes no se refleja ningún interés, entendimiento, ni conocimiento de lo que implica o representa ofrecer un servicio público de radiodifusión, por lo que nos permitimos recordarle que entre sus obligaciones primordiales está garantizar que el SJRTV opere de acuerdo con las funciones, objetivos y criterios establecidos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Artículo 6, apartado B) y en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (artículos 67, 88, 223, 226, 256 y 308) (Orozco Murillo, 2019).

Desde su creación en 2008 la Amedi Jalisco ha hecho un seguimiento continuo del desarrollo del Sistema por considerarlo un actor determinante para garantizar a los jaliscienses su derecho no solo a la información sino a acceder a las manifestaciones culturales de su estado. Por ello en momento distintos ha celebrado avances como la reinstauración del Consejo Consultivo o la aparición

del defensor de las audiencias, pero también ha criticado el desinterés institucional por estas dos figuras. Debido a lo anterior en el mismo comunicado la organización recordó al gobernador y al nuevo director la asignatura pendiente:

De manera específica, solicitamos a Alejandro Tavares que haga las gestiones pertinentes para que vuelvan a funcionar las figuras del Defensor de las Audiencias y el Consejo Consultivo del SJRTV, y que se les garanticen las condiciones necesarias para que puedan ejercer su trabajo (Orozco Murillo, 2019).

En ese sentido llama la atención que el organismo colegiado, en el que participó formalmente Tavares, no hubiera sido restablecido a su llegada a la dirección general. Al menos esa era la situación en enero de 2021. La omisión denota el desinterés por contar con un interlocutor que retoolimentara de manera formal al Sistema y por un abierto desdén por cumplir con lo que establece su ley orgánica.

En la cuestión de la defensoría de las audiencias se corrió con una suerte apenas mejor. Ciertamente es que en noviembre de 2019 se publicó una convocatoria para ocupar el puesto, aunque esta circuló de manera sumamente crítica, sin que los especialistas en la materia o los eventuales interesados pudieran enterarse de ella. Como consecuencia de lo anterior solo una persona hizo llegar su documentación: Álvaro Avitia Cuevas, compositor musical y especialista en gestión cultural. El 11 de diciembre la Junta de Gobierno del SJRTV lo designó como defensor de las audiencias. Al menos en el papel se estableció que contaría

con un espacio dentro del programa *Alto Parlante* que se transmite de lunes a viernes en la señal de FM, pero hasta septiembre de 2020 el defensor no había desahogado al aire ni una sola solicitud de ningún televidente o radioescucha. Ello podría explicarse por la poca visibilidad que se hizo del nombramiento de Avitia Cuevas y por lo difícil que es encontrar sus datos de contacto en el sitio web del Sistema, donde debe recorrerse la totalidad de la página de inicio antes de llegar a la liga en la que aparece una dirección de correo electrónico para remitir mensajes.

Hay otros aspectos en los que la usanza no varió demasiado con el advenimiento de MC al gobierno del estado y de Tavares a la dirección del SJRTV. Este último no tomó distancia de la costumbre de sus antecesores de tomar los micrófonos y aparecer de manera recurrente al aire en los medios que dirige. Si Sergio Ramírez hablaba sobre política y Samuel Muñoz hablaba sobre casi cualquier cosa, Tavares suele hablar de los géneros musicales en los que es experto. La música es, sin duda, una de las principales manifestaciones culturales de cualquier grupo social, pero la jalisciense no necesariamente es la más referida en la programación. A su vez, la imagen institucional sufrió la misma metamorfosis que padecen todas las dependencias de gobierno en escenarios de alternancia en el poder. El color rojo que caracterizó la imagen del Sistema —y de muchas otras oficinas— durante los años del PRI fue sustituido por los logotipos, los colores y las familias tipográficas que MC ha empleado en su estrategia de comunicación desde que ganó sus primeras alcaldías en Jalisco. Esta práctica

obstaculiza la consolidación de una identidad corporativa que favorezca el arraigo en el imaginario de las audiencias.

CODA

Todos los medios de comunicación, sean impresos, electrónicos o digitales, o bien públicos o privados, funcionan en mayor o menor medida como instrumentos de la sociedad para generar identidad entre sus miembros y para que estos dispongan de la información que requieren para comprender su circunstancia. Sus productos pueden servir incluso como cartas de presentación entre grupos sociales. La hegemonía sociocultural que a la fecha ejerce Estados Unidos sobre prácticamente todas las culturas del orbe tiene un fuerte pilar en su capacidad de exportar su música y su cine, al tiempo que algunos de sus periódicos y sus series de televisión se cuentan entre las más consumidas a escala mundial. Cuando los mexicanos coincidimos con personas que provienen del resto de América Latina son frecuentes las alusiones a los personajes del Chavo del Ocho, el Chapulín Colorado; las películas de Pedro Infante o la música ranchera o los boleros. En algunos países, particularmente los desarrollados, este tipo de insumos se distribuyen a través de sus medios públicos. El caso de la BBC entre las naciones de la Commonwealth es paradigmático, aunado a ejemplos como el de la RAI italiana o la Deutsche Welle en Alemania.

Las manifestaciones culturales y artísticas locales, entre otros elementos existentes y posibles que podrían fortalecer la identidad de los jaliscienses, han sido relegadas históricamente en las cámaras y los micrófonos que pagan los contribuyentes para conocerse mejor a sí mismos.

Junto a ello sobresalen momentos específicos como las explosiones del 22 de abril de 1992 o las elecciones locales de 2015, en los que el SJRTV renunció a cumplir su cometido en términos de servicio público. Estos “pecados de omisión” enfatizan la necesidad del monitoreo ciudadano a sus estaciones de televisión y radio. La mirada crítica de las audiencias puede ser más eficiente que la voluntad de los directivos del Sistema. En todo caso, lo esperanzador es la noción de que la sociedad jalisciense se preocupa por sus medios públicos, aun si no atiende sus contenidos de manera asidua. El interés en el SJRTV radica más en lo que puede ser que en lo que es. La exigencia ciudadana podría traernos noticias más alentadoras en los años venideros.

REFERENCIAS

- Acevez Muñoz, José Enrique (2012). “Guadalajara Panamericana: sin medios no hay fiesta”, en *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2011*, Guadalajara: ITESO, pp. 51-63.
- Ávila, Jonathan (2014). “Menosprecio por la audiencia”, en *Reporte Índigo*, 13 de noviembre de 2014. Recuperado de <http://www.reporteindigo.com/reporte/guadalajara/menosprecio-por-la-audiencia>
- Ávila, Mario (2012). “C7 ya no es TV de gobierno: Samuel Muñoz”, en *Conciencia Pública*, 29 de septiembre de 2012. Recuperado de <http://concienciapublica.com.mx/noticias-relevantes/c7-ya-no-es-tv-de-gobierno-samuel-munoz/>
- Becerra, Martín y Silvio Waisbord (2015). “Principios y ‘buenas prácticas’ para los medios públicos en América Latina”, en *Cuadernos de discusión de comuni-*

- cación e información 3, París/Montevideo: Unesco, pp. 13-22.
- Franco Mígués, Darwin (2012). “Foro mundial de ¿medios públicos?”, en *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2011*, Guadalajara: ITESO, pp. 127-136.
- González Hernández, María Fernanda y Diego Guillén Peña (2014). “C7: ¿medio público o vocero del gobierno?”, en *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2013*, Guadalajara: SJRTV, pp. 39-60.
- Larrosa-Fuentes, Juan S. (2015). “Una vez más bajaron el interruptor informativo de C7: carta abierta a Myriam Vachez, Secretaria de Cultura de Jalisco”. Recuperado de <https://autorreferencial.wordpress.com>) el 26 de abril de 2015.
- Masini Aguilera, José Bernardo (2015). “La institucionalidad puede esperar: el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión, entre el oficialismo y la improvisación”, en *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2014*, Guadalajara: ITESO, pp. 83-99.
- Orozco Murillo, Rosalía (2019). *Pronunciamiento de Amedi Jalisco respecto a la designación de Alejandro Tavares en la dirección del SJRTV*, Recuperado de <http://www.amedijalisco.org.mx/comunicados/pronunciamiento-de-amedi-jalisco-respecto-a-la-designacion-de-alejandro-tavares-en-la-direccion-del-sjrtv/>
- Paláu Cardona, Magdalena Sofía (2013). “Modificaciones en el sistema de comunicación local en la coyuntura de las elecciones de 2012”, en *Medios de comunica-*

- ción y derecho a la información en Jalisco, 2012*, Guadalajara: ITESO, pp. 65-79.
- Picón, Diego (2008). “2008: un año de cambios en el sistema de medios públicos en Jalisco”, en *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2008*, Guadalajara: ITESO, pp. 21-23.
- Ronalds Casillas, Alejandro (2008). “El nuevo uso del dinero público”, en *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2008*, Guadalajara: ITESO, pp. 15-18.
- Vicencio Huerta, Ana (2014). “La estrategia de comunicación del gobierno del estado de Jalisco”, en *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2013*, Guadalajara: ITESO, pp. 115-127.

IV. Los y las que se fueron

Carlos Crôtte: la mente detrás de Sixto, el eterno niño de seis años

DULCE NATALY FIGUEROA SANTANA

Carlos Rafael Crôtte (pronunciado como “Crot”) Padilla nació en Orizaba, Veracruz, el 18 de diciembre de 1949. Carlos creció y vivió en Guadalajara. Fue el creador e intérprete de Sixto, una marioneta de trapo azul que simboliza a un niño de seis años, y que debutó por las tardes en el programa *Rete Divertido*, transmitido por la señal del Canal 6, de 1982 a 1997. Las emisiones fueron emitidas a toda la República Mexicana, al sur de Estados Unidos, Centroamérica y el Caribe. De su imaginación surgió el universo de más de 70 personajes. Crôtte falleció el 29 de abril de 2020, a los 69 años de edad.

SER TROTAMUNDOS DE LA HISTORIA

Entre tantos valores y responsabilidades que se ciñen sobre el periodismo no debería faltar la regla de jugar. Una regla a veces olvidada, pero que coexiste con uno de los oficios que parecen predilectos para soñar a ser trotamundos, a entrevistar al artista, al jugador de fútbol del equipo favorito o para estar en el día y el momento correcto de alguna situación vana y memorable.

En este proceso de imaginarios y juegos, me parece que entre las cosas que el buen periodista puede hacer mejor es surcar el pasado. A mis entrañables profesores de la universidad les he escuchado decir que, además de observar,

nombrar y escribir sobre la vida presente, el periodismo también versa sobre la historia y acude a ella. Y con ella se investiga, se viaja, se experimenta el asombro, se aprende, se juega.

La periodista que escribe este texto tuvo que jugar para no aburrirse. Tal como Alessandro Baricco lo piensa, y lo comparto, la mía es una generación impávida, a la que en ocasiones los registros de la historia no parecen hacerle mayor gracia. A una generación de mentes incubadas en un gigantesco paradigma tecnológico y mediático, el instinto por jugar y observar a un fenómeno como Sixto, y una mente como la de Crôtte, me condujo al hallazgo de un icono lleno de claroscuros, pero también de un artista y una creación indeleble para las generaciones que me anteceden. La historia me llevó a la metamorfosis y al retrato fidedigno de la televisión mexicana que en su momento reflejó las interacciones, los valores y las preocupaciones más profundas de una época en la que tal vez se jugaba mejor.

Quizás hubiera sido más apropiado que un “sixtín”, una persona nacida en la década de los ochenta o los noventa escribiera lo agradable que fue ver al eterno niño de trapo azul en la pantalla chica por las tardes, como una representación legítima del sentir de aquellas generaciones. Pero desde mi ejercicio profesional pude proyectar la vida de entonces junto con fuentes de primera mano que vivieron esos días. Cuando le conté a una de ellas que tenía interés por revelar la sociodemografía de aquellas familias mexicanas, me respondió de forma inocente y sin pensarlo dos veces: “Pues muy felices”. Es por esto que decidí jugar con la historia, para encontrar y recordar juntos la identidad de Sixto, de Carlos y la de su público.

CARICATURAS, MELODRAMA, NOTICIAS Y SIXTO

Al momento en el que *Sixto y su show* aparecieron en 1982, la televisión y su programación en México habían dejado ya su etapa incipiente y experimental. La evolución de las telecomunicaciones, de la mano de los núcleos familiares en 1970, abrieron la antesala que más tarde sería un terreno fértil para nuevas tecnologías, géneros televisivos y también para que la imagen del público infantil y familiar cobrara relevancia y representatividad en la pantalla (Guadarrama, 1999).

En aquel entonces la televisión abierta exploró canales, programas y tramas que establecerían un catálogo particular, dotado de influencias estadounidenses. Canales de señal abierta como el 2, el 4 y el 5; programas como el de Chespirito y géneros como la telenovela —la cual se mantuvo como un producto cultural longevo—, el melodrama, el deporte y el humor para adultos como *La carabina de Ambrosio*, producidos en su mayoría por el consorcio Televisa de la familia Azcárraga, en medio de esta transición progresiva e imparable hacia las telecomunicaciones.

A partir de esta oferta, *Sixto Retedivertido* y el imaginario social del público convivieron por un tiempo en una programación mixta y dedicada al entretenimiento y a la información con noticiarios ya establecidos, con producciones tanto nacionales como extranjeras.

En la década de los ochenta la familia mexicana era más pequeña, urbana y planificada que en sus anteriores versiones. Por un lado, de 12 millones de viviendas, dos tercios de ellas estaban ubicadas en la ciudad, y por otro, experimentaron una reducción en el número de hijos, con 3.1 hijos por hogar (López e Izazola, 1994). Además, entre

80 y 90% de los hogares disponían de radios o televisores a color, aparatos vitales para la convivencia y la dinámica familiar (Álvarez, 1993).

En este periodo surgieron televisoras estatales y regionales. En el caso local, se fundó el Canal 6 en Guadalajara por la empresa Televisión Tapatía de Alejandro Díaz Guerrero, que después, debido a deficiencias económicas y una fuerte competitividad en el mercado emprendida por Televisa, se fusionaría con el Grupo DK para retransmitir finalmente todos sus programas de barra infantil en el Canal 4 la mayor parte del tiempo al aire (Paláu-Cardona, 2011). Estos son el momento y lugar exactos que recibieron al universo de Carlos Crôte y a Sixto.

En este contexto, programas familiares e infantiles se erigieron con fuerza. Televisa sostuvo su *rating* con el melodrama y la telenovela, cuyos temas trataban de captar la atención de madres y jóvenes al contar con representaciones narrativas sobre romance, matrimonios, la planificación y la herencia familiar, la desigualdad socioeconómica y otras problemáticas sociales.

Al mismo tiempo, las niñas y los niños mexicanos se convirtieron en un público todavía más activo y se enfrentaron a una oferta muy particular de caricaturas y *shows* como *Daniel el travieso*, *Los Picapiedra*, *Los Pequeños Muppets*, *Los Pitufos*, *Los Cazafantasmas*, *Plaza Sésamo*, *Los Caballeros del Zodiaco*, *Candy*, *Súper Campeones*, *Garfield*, *Dragon Ball* y *Ranma 1/2* (Guadarrama, 1999). Más adelante, ya en la década de los noventa, los programas de concurso despuntaron y las familias se sumaron como protagonistas de la pantalla. Germinaron programas como *El Gran Juego de la Oca*, *A la cachi, cachi porra*, *Atñale al precio*, *Jeopardy* y *En familia con Chabelo*, entre otros.

Es en este catálogo híbrido, dispuesto a entretener y educar a los niños y a la familia, como se da el ambiente mediático propicio para *Retedivertido*, un coctel televisivo que adoptó una estructura colaborativa con el público y el cual se convirtió en un eslabón cultural y didáctico para las generaciones que crecieron junto a él.

El 3 de marzo de 1982 comenzó la aparición de Sixto entre las pausas de las caricaturas, como un promotor de ellas, junto a la conductora y locutora Aída Cano. Después Sixto tuvo su propio espacio en la barra infantil por las tardes, con la característica de ser episodios comúnmente coyunturales para festividades como Navidad, el Día de los Reyes Magos, el Día del Niño o el Día de las Madres.

Este muñeco azul, de aguda inteligencia y sentido del humor pueril, tejería una memoria íntima y perdurable, a la par de las turbulencias económicas, políticas y sociales del orden mundial de esos años, durante los mandatos de Miguel de la Madrid y Carlos Salinas de Gortari.

UN HOMBRE BROMISTA Y ATORMENTADO

Yo llegué en 1986 y desde el primer momento hubo química entre Sixto y yo. Obviamente cuando yo estaba frente a las cámaras, yo sabía que era un muñeco, pero cuando el licenciado Crôtte lo tomaba en sus manos le daba alma, y lo maravilloso para mí fue encontrarme con esa alma que podía palpar y podía sentir.

Sergio "Checo" Amezcua, conductor de Retedivertido, en una entrevista de 2003.

Todo artista es una persona descontenta. Desde el que hace música, artes plásticas, escenografía, hasta

el que hace poesía o literatura. Los artistas sufren y les duele la realidad, son gente atormentada. Por eso proponen transformarla, con colores, texturas, notas, sincopados, o arquitectura. Mi tío, un artista nato, era una persona muy atormentada a la que no le gustaba la realidad, por eso intentó transformarla con música, fiesta y alegría.

Ismael Crôte Ávila, sobrino de Carlos Crôte, 2021

Era bromista, inteligente, alegre y ruidoso. Carlos Rafael Crôte Padilla, oriundo de Orizaba, Veracruz, creció y vivió los 69 años de su vida en Guadalajara. De una familia con seis hijos, Carlos fue el cuarto. Su madre, un tapatía típica de ascendencia francesa, de clase alta y de gran capital intelectual en estudios e idiomas, se enamoró y formó una familia con un obrero de peculiaridades autodidactas, quien progresivamente adquirió el puesto y experiencia de un ingeniero en diseño de planos y hornos para distintas cementeras de México.

En su infancia Carlos tuvo limitaciones económicas para poder adquirir una educación consistente, pero insaciable por la inquietud de conocer y estudiar que lo caracterizó toda su vida. De adulto y aun habiéndose convertido en padre, logró financiarse su propia educación para finalmente egresar de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación por la Universidad del Valle de Atemajac (Univa) en la primera generación de esta carrera. Su apellido de origen francés, Crôte, fue destrozado por el mismo a “Crotté” y replicado en su medio de trabajo y hacia los medios de comunicación, al creer que su nueva pronunciación era más elegante y sofisticada. Al término de sus

estudios emprendió la agencia de publicidad CREO, que colaboró con famosas marcas como Bancomer, Banamex, Firestone, Muebles Diana y Leche La Purísima, mientras Sixto, poco a poco, comenzaba a cobrar vida en su mente.

Ismael, su sobrino mayor, recuerda a Carlos como un personaje público, pero también como un tío musical, alegre y jocoso, distante de un hombre soez o vulgar. Instrumentos como el piano, el teclado, las claves, las maracas y la guitarra formaban parte de su repertorio intelectual y hacían de él una persona virtuosa:

Recuerdo con mucha alegría esta broma. Yo era ya un adulto, trabajando en Cancún. Había terminado y egresado de la Universidad de Houston y trabajaba en el Hotel Presidente Intercontinental Cancún, uno de los más importantes y famosos de México. Era mi cumpleaños 25 y me habló por teléfono para felicitarme. Me dijo: “Oye hijo, ¿que en Cancún ya no se va la luz?” Y yo ya tenía meses trabajando ahí y pues no se iba la luz, ni en las casas ni en los hoteles. Yo le dije: “Es cierto, aquí ya no se va la luz”, y me respondió: “¡Pues sí, a dónde se va, ¡ya no tiene a dónde irse, estás en la punta de México!”

En su familia, en palabras de su sobrino, era “el terror”. Carlos cometía travesuras y bromas muy inteligentes a la vez de inofensivas, que no atentaban contra la estima de las personas que las experimentaban. Estas cualidades se canalizarían al darle vida a su intrépido muñeco de trapo. En un principio, Sixto, de color azul por la paleta institucional del Canal 6, sería solo el promotor de la barra infantil. Sin embargo, tras su éxito en la televisión Carlos desplazó su faceta de publicista para dedicarse de lleno a

su carrera televisiva, que dio crédito a la fundación de su propio *show Retedivertido*, dedicado a transmitir conocimiento, fomentar el amor propio y la superación personal a través de cápsulas culturales y concursos en donde ganaba por la inteligencia, la velocidad y la destreza.

La inquietud de Carlos por investigar y estudiar quedó entonces replicada en su creación, pues tanto el hombre como el muñeco tenían la intención de despertar la curiosidad de los niños para descubrir el mundo y entenderlo. En este auge, el consorcio de Televisa, liderado por Emilio Azcárraga Milmo, al querer ganar terreno mediático en la urbe tapatía, posicionó sus propios programas en el mismo horario con “valores” que contrastaban con los que Sixto y su *show* transmitían. Surgieron otras producciones que presentaban situaciones como la discriminación y el clasismo para entretener y obtener *rating*.

Para entonces el programa y el mismo canal habían sido desmantelados después de la crisis económica y mediática que padecieron. Y Crôte se había vuelto víctima de su propio personaje. Sin advertirlo, el hombre detrás de la marioneta experimentó una simbiosis problemática con Sixto. El personaje terminó devorando al hombre privado, quien no pudo sobrevivir al fin del programa. Lo que sería solo el principio del fin, mermó el estado emocional y anímico de su creador.

Era buen compañero de trabajo. Un poco soberbio en cuanto a sabiduría y conocimientos, pero en la chamba era un amigo más, con todos, con los sindicalizados, con los que cargaban lámpara y cables... era muy querido por la gente del canal 6, y de gente que sigue produciendo programas de noticias. Fue un muy buen compañero

de trabajo, amado. Aunque sí tenía un dejo de soberbia en cultura y educación, exigía muchísimo.

Carlos pudo retomar su carrera de publicista, pero no lo hizo. Como una sombra, Sixto asedió a su creador en buenos y malos momentos. Y aunque su desaparición de la televisión local y nacional fue definitiva, Carlos pudo darle vida algunas veces más, durante fiestas locales y encuentros. Conocimiento, ética y alegría, es el legado de Carlos Crôte en la televisión tapatía y en su público.

EPÍLOGO

Del 31 de junio al 2 de septiembre de 2018 se realizó un homenaje a Sixto y el “Club de los sixtines” en el Palacio de la Comunicación y los Congresos (Palcco) en Guadalajara, con la exhibición de más de 20 piezas de colección originales. La galería, dirigida por Juan José Rodríguez, presentó a los personajes a los que les dio vida. Además de Sixto, se mostró a Aminowana, Apapache, Durixto, Sixtorero, Juan Ciego, Renanito, La Mona Risa y Granito Marmolejo, entre otros.

REFERENCIAS

- Addams, L. (30 de abril de 2020). Recordando a Carlos Crotte, creador de Sixto. *Milenio*. Recuperado de: <https://www.milenio.com/ocio/carlos-crotte-muere-fallece-creador-sixto>
- Álvarez, J. (1993). *Enciclopedia de México, Tomo XIII*, México: E. de M.

- Canal 44 (2018). Homenajean al personaje azul Sixto en PALCCO. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=WRiXx_XMee8&ab_channel=Canal44
- Gómez, C. (2005). Cartografía de las Telenovelas: por la ruta de la realidad de TV Azteca, tesis de grado. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente. Tlaquepaque, Jalisco.
- González, Jorge (1994). *Mas(+) Cultura(s), en Ensayos sobre realidades plurales*, México: Conaculta.
- Guadarrama, L. (1999). Géneros Televisivos en México. Un paseo por la Geografía de Cuatro Décadas. *Convergencia*, 19, pp. 179-205.
- Guadarrama, L. (1995). *Televisión en México: perfiles y nuevas contiendas, en Comunicación, globalización y política*. Toluca: UAEM-Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública.
- López, M. Izazola, H. (1994). *El perfil censal de los hogares y las familias en México*, México: INEGI/SSA/IIS-UNAM.
- López, M. Izazola, H. (1998). *Dinámica familiar y televisión. Un estudio sistémico*, México: UAEM.
- Paláu-Cardona, S., et al. (2011). *Radiografía de la televisión en la zona metropolitana de Guadalajara*. En Larrosa-Fuentes, J. (coord.). *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2010*. Guadalajara: ITESO.
- Periódico El Gratuito (2012). *Entrevista con Carlos Crotte "Sixto"*. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=UT_EHVyNecA&ab_channel=elgratuito
- Villegas, L. (3 de agosto de 2018). Una exposición rete divertida. *NTR Guadalajara*. Recuperado de: https://www.ntrguadalajara.com/post.php?id_nota=104975

Guillermo Lares Lazaritt, vida y voz

ELISA GUTIÉRREZ CISNEROS

Guillermo Lares Lazaritt, de abuelos argentinos, nació el 25 de junio de 1945. En el último año de la primaria Guillermo comenzó a mostrar cambios en su voz, por lo cual sus compañeros se burlaban. En la secundaria el maestro Neaves le enseñó a modular y corregir su voz. A la edad de 17 años comenzó su carrera en la comunicación trabajando en una estación de radio de Ciudad Guzmán. Tiempo después se fue a la Ciudad de México, becado, para estudiar teatro, donde conoció a un maestro que revolucionó su actuación. A lo largo de su vida hizo teatro como actor y director. Al mismo tiempo se desarrolló en la radiodifusión. Por temporadas trabajó en la Ciudad de México y en Guadalajara, donde radicó la mayor parte de su vida. Trabajó para varias radiodifusoras, en especial para *Ondas de Alegría*, en la que laboró por 35 años. Guillermo Lares falleció a la edad de 74 años el 6 de julio de 2020.

LOS INICIOS

Nació en Zapotlán el Grande el 25 de junio de 1945. Fue el mayor de 14 hijos. Su segundo apellido Lazaritt viene de sus abuelos maternos, originalmente Lazari. Sus abuelos, como cuentan los hermanos de Guillermo, huyeron de Teacalatlán a Ciudad Guzmán durante la Revolución mexicana. Tiempo después una de las tías de Guillermo trabajó en el

registro civil y le hizo cambios al apellido hasta terminar como lo lleva la familia actualmente.

La voz de Guillermo no siempre fue la que se escuchaba en la cortinilla de *Fórmula Melódica*. Al final de su educación primaria el locutor recibió burlas de sus compañeros por los cambios por los que atravesaba su voz, muy distinta a la modulación que lo hizo tan popular. En la secundaria conoció al maestro Alfredo Velasco Cisneros, quien le enseñó a modular y trabajar su voz, además de iniciarlo en el arte del teatro. Cuenta su hermana Silvia Lares que para Guillermo incursionar en las bellas artes fue algo natural, pues su mamá le recitaba poemas de García Lorca. Con el tiempo entrenó su voz y tuvo su primer trabajo a los 17 años en la estación de radio *Mi ciudad*, en Ciudad Guzmán.

Estudió para maestro para apoyar económicamente a su familia, como su padre se lo había pedido, pero no pudo negar su amor por el arte. Durante ese periodo de estudios el maestro Ernesto Neaves Uribe lo invitó a participar en la obra *El gesticulador*, de Rodolfo Usigli. A pesar del breve papel que interpretó, Neaves se percató del potencial que tenía Guillermo y lo invitó a ser parte de una segunda obra. En *La vida del hombre*, de Leónidas Andreiev, Guillermo interpretó el papel protagónico. La obra fue presentada en un concurso convocado por el Instituto Jalisciense de Bellas Artes (IJBA). Con su participación Guillermo se ganó su primer reconocimiento como el mejor actor y fue premiado con una beca para estudiar en la academia de Andrés Soler en la Ciudad de México.

EL TEATRO DE GUILLERMO

Dice su hermano Gonzalo Lares, en entrevista, que sin el apoyo de su abuelo para convencer a su yerno y un poco de dinero Guillermo no se hubiera ido a estudiar a la capital. Tenía 19 años cuando se mudó para iniciar sus estudios en teatro. En la academia tuvo la oportunidad de conocer a Carlos Ancira. Este maestro, después de un año de estudios, le sugirió que se cambiara a la escuela de teatro del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA).

Mientras Guillermo estudiaba, el maestro Neaves lo contactó de nuevo para que participara en la única obra de teatro de Juan José Arreola. Escrita específicamente para Lares, *Tercera llamada o empezamos sin usted* participó en un concurso convocado por el IJBA. En esta ocasión Guillermo ganó segundo lugar a mejor actor por su interpretación de cuatro personajes. Cuenta Gonzalo Lares que su hermano quiso compartir su premio con el escritor Arreola, pero este se negó y reconoció que había sido el talento de Guillermo el que había ganado el premio.

La vida de Guillermo en el teatro continuó activa, como actor y director. Participó en obras dirigidas, además de Neaves, por Daniel Salazar y Félix Vargas. Hizo teatro en Jalisco en obras como *La otra cara del viento*, en la que interpretó a un ciego; *Romeo fue acusado de bigamia*, en el Teatro Experimental de Jalisco; *Un enemigo del pueblo*, en el Teatro Degollado, entre otras. Su actividad teatral también fue muy nutrida en la Ciudad de México. Participó en obras como *Concierto para guillotina y cuarenta cabezas* y *Te juro Juana que tengo ganas*, entre otras. Gracias a su papel protagónico en *Los gigantes de la montaña* le ofrecieron una beca para estudiar actuación en Polonia,

aunque rechazó la beca por su previo compromiso con Radio Chapultepec.

Guillermo regresó a Guadalajara y su actividad teatral no se detuvo. Participó en la obra *Hasta que la muerte nos vuelva unir*, con guion original para cortometraje de Francisco Buenrostro, que trata la historia de una pareja que vive con VIH (Tello, 2003). En este periodo Guillermo comenzó a dirigir obras, y al igual que cuando actuaba ganó el premio como mejor director con *El triciclo*. También dirigió teatro infantil. Su labor en el teatro se vio abruptamente interrumpida por una disfunción tempomandibular de origen nerviosa. Guillermo no podía hablar y durante dos años se mantuvo alejado del teatro y de la radio. Una vez recuperado, volvió al teatro y participó en la obra *Frida Kahlo*, dirigida por Félix Vargas en la Ciudad de México. Guillermo, en entrevista con Daniel Sandoval, cuenta que esa obra fue vista por Silvia Pinal. Al final de la obra la actriz retirada lo felicitó: “No creí que un actor de provincia fuese tan bueno como usted”. Pinal contrató la obra durante un mes y el teatro no tuvo un solo lugar vacío. Le presentaron a Guillermo la posibilidad de seguir presentando la obra, pero rechazó la oferta para regresar a Guadalajara a continuar su trabajo en radio.

LA VOZ HECHA RADIO

“Era por supuesto un locutor en toda la extensión de la palabra, era locutor comercial, era locutor ‘cabinero’. Incluso sus personajes, porque él tenía diferentes personajes, los iba trabajando por esa capacidad actoral”, dice Brambila (2020). A los 17 años comenzó a trabajar en radio, como locutor en XEBC en Ciudad Guzmán. Cuando se mudó a la

Ciudad de México trabajó en dos estaciones, Radio Centro y Radio Chapultepec. También trabajó en Los Ángeles en Radio Kali. Después de un año se regresó a México y fue contratado por Radio Comerciales cuando el dueño escuchó una grabación de Guillermo en la que recitaba poemas. Fue locutor en XEHL, para la cual prestó su voz como iniciador del programa *Fórmula Melódica*. En este programa Guillermo recitaba un poema al presentar las melodías. Trabajó en *Ondas de la Alegría* por 35 años.

Los radioescuchas no se cansaban de la voz de Guillermo. Su personalidad y sus habilidades teatrales le permitían proyectar en el micrófono todo tipo de personajes y sentimientos. Como dijo en entrevista para *Zona 3 Noticias*: “Para ser un verdadero comunicador en radio tienes que mandar el sentimiento por la voz”. Guillermo buscó la innovación en el radio y fue productor y locutor de programas como *Preguntas y respuestas*, *Horóscopos* y *Club de corazones rotos*, entre otros.

Su personaje más reconocido en la radio fue el de “Don Justo Preciso” en su programa *Amanecer Ranchero*. Este personaje fue inventado por Guillermo cuando el productor Gustavo Guzmán Gómez lo invitó a la radio después de haber interrumpido su actividad por una disfunción en la mandíbula que no le permitía hablar. Querían un personaje que le pudiera llegar a la gente de pueblo. Lares tuvo la oportunidad de volver a sus orígenes pues él se crió en un rancho. No se escribía guion para el programa, que principalmente consistía en entrevistarse con la gente de la comunidad que solicitaba apoyo de los municipios y gobiernos estatales, y en el transcurso del programa se buscaba ayudar a estas personas. Se llegó a entrevistar con el político Enrique Alfaro Ramírez.

Fue Guillermo quien tomó la iniciativa de sacar la radio a la calle e involucrar al público peatón; práctica que se sigue usando, pero cesó con la pandemia de covid-19.

ADIÓS A GUILLERMO

La pandemia por el covid-19 cambió la vida de Guillermo en un instante. Por su edad avanzada las radiodifusoras tenían prohibido que fuese a las cabinas a grabar. Solo podía hacer programas desde su casa con su teléfono móvil. En mayo de 2020 falleció su hermana, la mayor de las mujeres, con quien vivía en la casa que fue de sus padres. Ambos fueron solteros. Platica Silvia Lares que Guillermo todas las mañanas se levantaba a bañarse y arreglarse, pero después de mayo dejó de comer poco a poco. El primer día que no se levantó a arreglarse fue el día que falleció, el 6 de julio de 2020, a los 74 años.

La noticia de la muerte de Guillermo conmovió a la comunidad de radiodifusoras, radioescuchas y locutores, pues su disposición para ayudar representa un cambio en la carrera de varios locutores, como Carlos “El Bola”, quien fue contratado en una radiodifusora gracias a Guillermo. Radioescuchas, radioemisoras y programas despidieron a Guillermo y dieron el respectivo pésame durante días en redes sociales. Sus hermanos Silvia y Gonzalo Lares Lazaritt organizaron un homenaje a Guillermo, pero no se ha podido llevar a cabo por las restricciones de distanciamiento social que imperaron en 2020. Guillermo recibió *post mortem* el premio católico al Comunicador José Ruiz Medrano 2020, otorgado por el arzobispo de Guadalajara.

REFERENCIAS

- Gutiérrez, E. (2021). Entrevista con Gonzalo y Silvia Lares Lazaritt [Comunicación personal]. Guadalajara, Jalisco.
- Híjar Ornelas, T. (2020). Actividades de la Arquidiócesis de Guadalajara del 22 de noviembre al 12 de diciembre de 2020. *Arquidiócesisgdl.org*. Recuperado el 11 de enero de 2021, de <https://arquidiocesisgdl.org/boletin/2021-1-4.php>.
- Tello, A. (2003). Adaptan guión de cortometraje al radio. *Gaceta Universitaria*, p. 10. Recuperado el 6 de enero de 2021, de <http://www.gaceta.udg.mx/wp-content/uploads/2020/02/286.pdf>
- Valadez, A. (2020). Muere uno de locutores de radio más emblemáticos, 'Don Justo Preciso'. *Los Angeles Times*. Recuperado el 4 de febrero de 2021, de https://www.latimes.com/espanol/entretenimiento/articulo/2020-07-07/muere-uno-de-locutores-de-radio-mas-emblematicos-don-justo-preciso?fbclid=IwARolnLtXIWcueLmzhhb2vV77vibhpgFh2eyMjb5PoUkGldIAo37MFILmx6_c.
- Vázquez Lozano, G., & Hidalgo, J. (2016). En la misma sintonía: Vidas en la radio [PDF] (1a ed., pp. 186-187). *Monitor Latino*. Recuperado de <https://worldradiohistory.com/Archive-DFG/En-la-Misma-Sinton%C3%ADa-Monitor-Latino.pdf>.
- Xti Noticias (2021). En Contexto: Carlos Brambila Navarro: Editoralista [video]. Recuperado el 24 de enero de 2021, de <https://www.youtube.com/watch?v=tRQ7o77KNo>.

Zona 3 Noticias (2020). Depa de Solteros – Guillermo Lares; la voz, el personaje, la persona... el amigo [video]. Recuperado el 15 de enero de 2021, de <https://www.youtube.com/watch?v=DdbZjsaQVv4>

Acerca de las y los autores

José Bautista Farías es maestro en Política y Gestión Pública por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO); estudió la licenciatura en Trabajo Social en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), es profesor del Centro Interdisciplinario para la Formación y la Vinculación Social (Cifovis) del (ITESO). Ha impartido materias sobre contexto histórico y social, análisis de coyuntura, políticas públicas, transparencia y rendición de cuentas. Es miembro fundador de Cimtra Jalisco, Ciudadanos por la Integridad Pública y de la Amedi Jalisco. Ha publicado artículos en libros y revistas sobre participación ciudadana, transparencia y contraloría social.

Jessica Carolina Correa Ochoa es licenciada en Relaciones Internacionales por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Es becaria de investigación en el Departamento de Formación Humana del ITESO y colabora como investigadora en Transversal Think Tank. En 2020 participó en la elaboración de la Encuesta Metropolitana de Género y Mujeres.

Carmen Díaz Alba es doctora en Ciencias Sociales con especialidad en Antropología Social por el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS Occidente) y maestra en Ciencias Políticas por la Universidad de Montreal. Es profesora en el Depar-

tamento de Formación Humana del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) y colabora en la Maestría en Derechos Humanos y Paz. Sus líneas de investigación giran en torno al feminismo interseccional y los movimientos sociales en América Latina.

Dulce Nataly Figueroa Santana es estudiante de la licenciatura en Periodismo y Comunicación Pública en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Colaboró como becaria y reportera en el Centro Interdisciplinario para la Formación y Vinculación Social del ITESO (2020). Es becaria de investigación en el proyecto Control Social de la Gestión y Construcción de lo Público (2021).

Elisa Gutiérrez Cisneros es estudiante de la licenciatura de Periodismo y Comunicación Pública en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Fue becaria de investigación para el Departamento de Economía, Administración y Mercadología del ITESO. Ha colaborado en medios estudiantiles para la cobertura de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara en 2018 y 2019.

Susana Larios Murillo es doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara y maestra en Comunicación de la Ciencia y la Cultura por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Es profesora asociada del Departamento de Estudios Socioculturales del ITESO desde 2018 e integrante del Laboratorio sobre Activismos y Alternativas de Base (Lacab). Sus líneas de investigación

son feminismos, movimientos sociales y emociones, acción colectiva, cuerpo y emociones.

Bernardo Masini Aguilera es doctor en Historia Moderna y Contemporánea por el Instituto 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). Ha impartido cursos a nivel licenciatura como Historia y estructura de los sistemas de Comunicación, Derecho de la Comunicación, Teoría del periodismo y Observatorio de la Comunicación I y II. También ha colaborado como asesor del observatorio ETIUS en el Departamento de Estudios Socioculturales del ITESO. Se especializa en el estudio historiográfico de las relaciones entre el poder político y las figuras mediáticas a través de herramientas como el análisis crítico del discurso. Actualmente es director de Investigación y Posgrado del ITESO. 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 a 2010); como tesorero (2011 a 2015) y como presidente (2015 a 2017). Entre 2017 y 2019 fue miembro del nodo Jalisco de la organización Wikipolítica.

Hernán Muñoz Acosta es maestro en Comunicación de la Ciencia y la Cultura por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Colaboró en la Unidad de Comunicación Ambiental del Instituto de Investigaciones en Ecosistemas y Sustentabilidad de la Universidad Nacional Autónoma de México IIES-UNAM en

la generación de contenido audiovisual original y como coautor del *Manual básico de video para la comunicación y el periodismo de ciencia*, financiado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) y Somedicyt. Profesor de asignatura a cargo del Proyecto de Aplicación Profesional del Observatorio ETIUS, Comunicación y Cultura con alumnos de licenciatura. Cuenta con experiencia en producción audiovisual y es colaborador en proyectos de investigación sobre comunicación y medioambiente.

Paloma Robles Muro es periodista y maestra en Ciencia Política y Sociología por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) sede Argentina. Ha trabajado en varios medios de comunicación de México como *El Informador*, *Proceso*, *La Jornada Jalisco* y *Reporte Indigo* cubriendo notas sobre política, movimientos sociales y narcotráfico. Integra el equipo de investigación periodística “A dónde van los desaparecidos”. Es coautora de la investigación “El país de las dos mil fosas” galardonada con varios premios nacionales e internacionales, entre ellos el Premio Gabo que otorga la Fundación Gabriel García Márquez y el premio de Periodismo de Investigación que otorga la Conferencia Latinoamericana de Periodismo de Investigación (Colpin). Es profesora del Laboratorio de Información de la licenciatura en Periodismo y Comunicación Pública del ITESO.

Frida V. Rodelo es doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara. Actualmente es profesora titular en el Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara. Forma parte del Sistema

Nacional de Investigadores. Coordinó el monitoreo de la cobertura informativa en radio y televisión del proceso electoral local de Jalisco en 2018 y 2021. Es integrante de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (Amedi) Capítulo Jalisco y de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. Su investigación busca analizar prácticas y encuadres periodísticos, con énfasis en procesos de mediatización de la política, representación mediática de mujeres y precarización de condiciones del trabajo periodístico.

Rodrigo Sosa Guzmán es alumno de la licenciatura en Periodismo y Comunicación Pública en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Ha colaborado en medios de comunicación como *Publimetro*, *Pie de Página*, *ZonaDocs* y *Partidero*. Ha participado en la cobertura de eventos culturales como la Feria Internacional del Libro de Guadalajara y el Festival Internacional de Cine de Morelia. Es becario de investigación en *Signa_Lab*, el laboratorio interdisciplinario del ITESO para análisis de datos y redes.

Comité Editorial

Graciela Bernal Loiza es licenciada en Ciencias de la Comunicación y maestra en Política y Gestión Pública por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Fue coordinadora del Programa en Ciencias de la Comunicación de 1999 a 2002 y del Observatorio ETIUS de Comunicación y Cultura de 2016 a 2020. Actualmente es profesora adscrita a la Unidad Académica Básica Sistemas de Comunicación, Información y Democracia del Departamento de Estudios Socioculturales del ITESO. Desde 2013 a la fecha es representante institucional en la Red Derecho a la Información y Democracia de la Asociación de Universidades confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina (AUSJAL). Fundadora del Capítulo Jalisco de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información y su presidenta de 2013 a 2015 y miembro activo desde su creación.

Sergio René de Dios Corona es periodista desde hace 37 años. Ha sido reportero, jefe de información, jefe de redacción, columnista, editor, coordinador de opinión, conductor y director editorial. Su experiencia profesional abarca una docena de medios informativos impresos, web y radiofónicos. Actualmente labora para el periódico *El Diario NTR Guadalajara* y conduce la tercera emisión radiofónica del *Informativo NTR*. Ha sido profesor en cinco universidades desde hace más de 25 años. Fue coordinador de la licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación de la Universidad del Valle de Atemajac (Univa) y de

la licenciatura en Periodismo y Comunicación Pública del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Es autor o coautor de una docena de libros. Ha impartido más de cien talleres y conferencias, y participado en congresos en México, Cuba, Panamá y Colombia. Estudió la maestría en Programación Neuro Lingüística y el doctorado en Educación para la Formación Profesional.

Darwin Franco Migués es doctor en Educación y maestro en Comunicación por la Universidad de Guadalajara. Es profesor de la Licenciatura en Comunicación Pública, la Maestría en Periodismo Digital y el Doctorado en Educación de la Universidad de Guadalajara, así como de la Licenciatura en Periodismo y Comunicación Pública en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores (Nivel 1). Trabaja la relación que existe entre la apropiación tecnológica y la búsqueda de las personas desaparecidas en México. Actualmente también se desempeña como periodista independiente y dirige el medio digital *ZonaDocs* (www.zonadocs.mx). Es autor de los libros *Periodismo y derechos humanos: guía didáctica para la formación de periodistas* y *Tecnologías de la esperanza: apropiación tecnológica para la búsqueda de las y los desaparecidos en México*.

Juan S. Larrosa-Fuentes obtuvo los grados de licenciado, maestro y doctor en Comunicación por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), la Universidad de Guadalajara y la Universidad de Temple, respectivamente. Ha sido profesor universitario en estas tres casas de estudio. Actualmente es profesor de tiempo

completo en el Departamento de Estudios Socioculturales del ITESO y miembro del Sistema Nacional de Investigadores (Nivel 1). De 2007 a 2013 fue coordinador general del observatorio de medios Quid: Análisis Crítico de Medios de Comunicación y a partir de 2020 es coordinador general de ETIUS: Observatorio de Comunicación y Cultura. De 2010 a 2013 fue presidente del capítulo Jalisco de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (Amedi Jalisco). Fue fundador y asambleísta del Centro de Justicia para la Paz y el Desarrollo (2006 a 2020). Su proyecto de investigación está enfocado a estudiar teórica y empíricamente la comunicación pública y la comunicación política.

Jorge Alejandro Narro Monroy es profesor emérito del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), jubilado en agosto de 2020. Su última adscripción fue en el Departamento de Formación Humana. Es licenciado en Filosofía y Ciencias Sociales y maestro en Política y Gestión Pública. Fue consejero electoral en el Consejo Local (estatal) del Instituto Federal Electoral (IFE) durante los procesos electorales de 2000, 2003 y 2007. Fundador del desaparecido diario *Siglo 21*, en el que se desempeñó como editor de la sección de información local. Fue editorialista del periódico *Mural* durante diez años.

Guillermo Orozco Gómez es profesor titular y director del Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara. Licenciado en Comunicación por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Especializado en Pedagogía por la Universidad de Colonia, Alemania (1977). Maestro y doctor en Educación (1988) por la Universidad

de Harvard. Es miembro de la Academia Mexicana de Ciencias y del Sistema Nacional de Investigadores (Nivel Emérito). Responsable de la Cátedra UNESCO-UNAOC-MILID: Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue para América Latina. Co-coordinador Internacional del Programa de investigación OBITEL: Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva. Coordinador editorial de la serie TVMORFOSIS: UDG. Ha escrito más de 80 artículos y capítulos de libros, es autor o coautor de 20 libros y coordinador de más de 20. Su más reciente libro, en coautoría con M. Francés y E. Bustamante, es *La comunicación audiovisual en tiempos de pandemia* (Barcelona: Gedisa, 2021).

Rosalía Orozco Murillo fue periodista durante siete años en México. Estudió la Licenciatura en Letras y la Maestría en Comunicación en la Universidad de Guadalajara, institución donde dirigió el Centro de Formación en Periodismo Digital (2011 a 2019) y coordinó la Maestría en Periodismo Digital (2014 a 2019). Previamente fue coordinadora de la Licenciatura en Periodismo en el campus Cuciénega (2008 a 2011). Ha asesorado el desarrollo y mejoramiento de más de 20 proyectos de periodismo digital. Presidió la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (Amedi) capítulo Jalisco de 2017 a 2019. Actualmente estudia el doctorado en Estudios Científico-Sociales (2019-2024) en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Investiga temas relacionados con las transformaciones en el periodismo, las relaciones prensa-gobierno y la comunicación política.

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. Es profesora numeraria de esa institución y colabora como académica en el Departamento de Estudios Socioculturales desde 1997. Coordinó el observatorio Q ITESO: Análisis Crítico de Medios de 2013 a 2017. Colaboró en el equipo coordinador de ETIUS: Observatorio de Comunicación y Cultura de 2017 a 2019 y continúa como asesora de ese observatorio. Actualmente es coordinadora del Doctorado en Estudios Científico-Sociales. Su trabajo de investigación gira en torno a la historia y estructura de los sistemas de comunicación, la economía política de la comunicación y la cultura, la comunicación política en los procesos electorales y los observatorios de medios. Fue coordinadora de la Red de observatorios de medios de comunicación del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (ROM-Coneicc) de 2016 a 2019. Es miembro del Capítulo Jalisco de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (Amedi) y de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC).

Jorge Enrique Rocha Quintero es director de Integración Comunitaria del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Es licenciado en Sociología por la Universidad de Guadalajara y en Filosofía por la Universidad del Valle de Atemajac. Tiene una maestría en Impactos Territoriales de la Globalización por la Universidad Internacional de Andalucía y es doctor en Estu-

dios Científico-Sociales por el ITESO. Ha colaborado en diferentes programas de medios de comunicación y como articulista en el *Semanario de Guadalajara*, *El Puente* y *Christus*. Es profesor invitado en la Universidad Iberoamericana León.

Cristina Romo Gil (†) fue licenciada en Ciencias y Técnicas de Información por la Universidad Iberoamericana y maestra en Comunicación por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) de Guadalajara. Desde 1969 fue profesora de la carrera de Ciencias de la Comunicación del ITESO y su directora de 1978 a 1981. Fue profesora numeraria y emérita del ITESO. Fundadora del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (Coneicc) de la que fue presidenta y miembro honorario. Fundadora de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs), directora por México durante diez años. Formó parte del Consejo Consultivo del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión, del que fue su primera presidenta. Fue consejera ciudadana de la Comisión Estatal de Derechos Humanos de Jalisco. Miembro fundador de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (Amedi), fundadora y primera presidenta del Capítulo Jalisco.

ETIUS: Observatorio de Comunicación y Cultura

Es un observatorio que produce conocimientos sobre comunicación y cultura, así como desarrollos tecnológicos, a partir de investigación académica de alta calidad, colaborativa y socialmente pertinente, que le permiten un posicionamiento y reconocimiento institucional, nacional e internacional. A partir de estrategias de comunicación y vinculación, ETIUS es un observatorio en constante comunicación con comunidades académicas y ciudadanas, lo cual lo posiciona como un actor relevante en la conversación pública. Para más información, se sugiere consultar el sitio web del observatorio: etius.iteso.mx.

Desde 2008 el observatorio publica el informe anual *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco*, el cual tiene por objetivo ser un referente en materia de documentación de coyunturas y temas relativos al derecho a la información y al sistema mediático de la entidad. Todos los informes son de acceso abierto y se pueden consultar en informedemedios.iteso.mx

**Medios de comunicación
y derecho a la información en Jalisco, 2020**

se terminó de imprimir en febrero de 2022
en los Talleres de Innovación para el Diseño del ITESO,
Periférico Sur Manuel Gómez Morín 8585,
Tlaquepaque, Jalisco, México, CP 45604.

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



ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara

ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura se enfoca en la construcción de conocimiento sobre fenómenos coyunturales del acontecer sociocultural, sociopolítico y socioambiental, mediante el desarrollo de proyectos de observación, investigación, difusión y vinculación, en que se articulan los procesos de formación académica y profesional, con el objetivo de contribuir, fomentar y participar en el debate académico y público, forjar audiencias críticas y promover prácticas orientadas al logro de una sociedad más justa, humana y digna.

Siempre es pertinente echar una mirada crítica al pasado reciente. En esta edición revisamos lo ocurrido en 2020, cuando la pandemia llegó a México y trastocó nuestra forma de vivir. La subsecuente contingencia sanitaria nos obligó a hacer cuarentenas y paros totales de actividades, aceleró los procesos digitales en ámbitos políticos, económicos y culturales, provocó una grave crisis económica y causó la muerte de miles de personas.

La comunicación pública fue una de las armas fundamentales para hacer frente a la crisis epidemiológica. Los gobiernos federal y estatales pusieron en marcha estrategias de comunicación para informar a la población sobre las medidas que debían adoptar frente a la nueva realidad.

Medios de comunicación y periodistas se vieron ante tareas y dilemas titánicos. Ayudaron a distribuir la información oficial sobre el desarrollo de la pandemia, así como de las medidas para enfrentarla, y cuestionaron las estrategias de combate. Hubo periodistas que arriesgaron su salud y se jugaron la vida, y algunos pudieron trasladar sus actividades al mundo en línea. En México, tristemente, perdieron la vida más de cien periodistas debido al coronavirus.

ISBN 978-607-8768-60-8



9 786078 768608