



**MEDIOS DE
COMUNICACIÓN
Y DERECHO A LA
INFORMACIÓN
EN JALISCO,
2018**



ETIUS

comunicación • cultura
sistemas de comunicación

Departamento de
Estudios Socioculturales

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DERECHO A LA INFORMACIÓN EN JALISCO, 2018



ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara

GRACIELA BERNAL LOAIZA
COORDINADORA

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, 2018 / Coord.
y presen. de G. Bernal Loaiza. -- Guadalajara, México : ITESO, 2020.
110 p. (Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco)

ISBN 978-607-8768-02-8

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

1. Comunicólogos y Comunicadores Jaliscienses – Biografías. 2. Comunicólogos y Comunicadores Mexicanos – Biografías. 3. Monitoreo de Medios de Comunicación – Jalisco – Historia – 2012–2018. 4. Monitoreo de Medios de Comunicación – México – Historia – 2012–2018. 5. Observatorios Sociales y Urbanos – Jalisco – Historia – 2012–2018. 6. Observatorios Sociales y Urbanos – México – Historia – 2012–2018. 7. Derecho a la Información – Jalisco – Historia – 2012–2018. 8. Derecho a la Información – México – Historia – 2012–2018. 9. Medios de Comunicación y Estado – Jalisco – Historia – 2012–2018. 10. Medios de Comunicación y Estado – México – Historia – 2012–2018. 11. Comunicación y Derecho – Jalisco – Historia – 2012–2018 – Tema Principal. 12. Comunicación y Derecho – México – Historia – 2012–2018. 13. Comunicación y Política – Jalisco – Historia – 2012–2018 – Tema Principal. 14. Comunicación y Política – México – Historia – 2012–2018. 15. Medios de Comunicación – Jalisco – Historia – 2012–2018 – Tema Principal. 16. Medios de Comunicación – México – Historia – 2012–2018. 17. Comunicación Masiva – Jalisco – Historia – 2012–2018. 18. Comunicación Masiva – México – Historia – 2012–2018. 19. Sociología de la Comunicación. 20. Zenteno Covarrubias, Ernesto. 21. Fernández Salazar, José Antonio. I. Bernal Loaiza, Graciela (coordinación). II. t.

[LC]

302. 23097235 [Dewey]

Coordinación general
Graciela Bernal Loaiza

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, 2020.

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

ISBN 978-607-8768-02-8

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

Impreso y hecho en México.
Printed and made in Mexico.

Índice

PRESENTACIÓN / Graciela Bernal Loaiza 7

I. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN JALISCO

LOS OBSERVATORIOS DE MEDIOS EN JALISCO /
Juan S. Larrosa-Fuentes 15

2018: NUEVO ESCENARIO POLÍTICO PARA EL SISTEMA DE MEDIOS
DE JALISCO / Julio González y Sergio René de Dios 45

II. DERECHO A LA INFORMACIÓN

REGULAR EL GASTO EN COMUNICACIÓN SOCIAL: LA LLAVE
QUE NADIE QUIERE CERRAR / José Bernardo Masini Aguilera 67

III. LOS QUE SE FUERON

ERNESTO ZENTENO COVARRUBIAS, UN MAESTRO
PARA RECORDAR (1928-2018) / Jimena Aguirre de la Torre 83

JOSÉ ANTONIO FERNÁNDEZ SALAZAR (1946–2018) / Estéfany Franco	93
ACERCA DE LOS AUTORES	99
COMITÉ EDITORIAL	103
ETIUS OBSERVATORIO DE COMUNICACIÓN Y CULTURA	109

Presentación

GRACIELA BERNAL LOAIZA

El entorno de 2018 estuvo caracterizado por la competencia político electoral concurrente en la que se renovaron los poderes Ejecutivo y Legislativo federal y local, así como las 125 presidencias municipales del estado de Jalisco, en un contexto político social de desgaste, violencia, inseguridad y desencanto. El escenario de la lucha electoral destacó por la inequidad en el acceso a los medios de comunicación, particularmente para los candidatos independientes, por las coaliciones partidistas infieles a sus principios ideológicos, por la combinación de estrategias de comunicación política que conjugaron acciones comunicativas de tierra, aire y en línea, y por ser la más cara en la historia del país.

ETIUS, el observatorio de comunicación y cultura del ITESO, documentó y estudió los procesos locales, como lo ha hecho desde los comicios celebrados en 2006. El ejercicio de observación electoral en 2018 incluyó un seguimiento al trabajo periodístico presentado por la prensa, el análisis de las estrategias publicitarias y de redes sociales de los candidatos locales, así como investigaciones de temas específicos, como el de los candidatos independientes y los discursos que se desarrollaron en temas como el agua y el medio ambiente. Los resultados de esta observación electoral, así como del archivo histórico de estos ejercicios, pueden ser consultados en el sitio: www.etius.iteso.mx

Aunque 2018 fue un año electoral, en Jalisco y en México ocurrieron muchas coyunturas relacionadas con los medios de comunicación y el derecho a la información. De tal suerte, en ETIUS decidimos publicar los resultados electorales en nuestro sitio web y desarrollar un informe anual que no fuera absorbido por la dinámica electoral. En este sentido, el presente informe recoge algunas coyunturas relevantes sobre los temas que históricamente han estructurado los informes del observatorio de comunicación del ITESO.

El informe que se presenta abre con un texto que para este proyecto editorial cobra un significado especial. Se trata de la colaboración de Juan Larrosa-Fuentes, quien es miembro fundador del observatorio de medios del ITESO y actualmente es profesor investigador del Departamento de Estudios Socioculturales de esta universidad. Su interés y experiencia académica, profesional y política en torno a los observatorios de medios se ven reflejados en el artículo “Los observatorios de medios en Jalisco”. En este texto el autor desarrolla la genealogía de los observatorios de comunicación en contextos sociopolíticos, académicos y jurídicos a escala global. Propone los constitutivos de los observatorios, entre los cuales destaca que son organizaciones orientadas a la investigación de los procesos de producción, circulación y consumo de mensajes comunicativos en los planos interpersonal, masivo y en las redes sociales, que promueven la alfabetización mediática y una recepción crítica de los productos comunicativos, toman una participación en debates públicos y buscan influir en la opinión pública y en las transformaciones de los sistemas legislativos. Desde esta perspectiva el autor desarrolla una descripción histórica y analítica de la génesis, los

objetivos, el desarrollo y el estado actual que guardan los observatorios de medios en Jalisco. Sobresale el tratamiento sobre el observatorio de medios del ITESO, considerado pionero en la entidad. Por último, el autor comparte su punto de vista acerca de las funciones de los observatorios como entidades de producción de conocimiento, de análisis crítico, de promoción del diálogo público y de denuncia de los gobiernos y las instituciones del estado cuando estos incumplen con sus obligaciones y violan los derechos informativos y comunicativos, particularmente de los sectores de la población más vulnerables.

Dentro de este marco de sentido del trabajo de observación del sistema de medios, y particularmente de su relación fundamental con el acontecer sociopolítico-electoral, el informe presenta un segundo texto titulado “2018: nuevo escenario político para el sistema de medios de Jalisco”, de Julio González y Sergio René de Dios. En esta colaboración los autores ofrecen una documentación detallada de cómo, de manera directa o indirecta, el sistema político local incidió en el sistema de medios informativos jaliscienses. Analizan críticamente casos de periodistas que dejaron sus organizaciones informativas para migrar a otros medios y, en algunos casos, para ocupar puestos públicos en gobiernos municipales y del estado. Describen el surgimiento de nuevos proyectos periodísticos y el ocaso de otros en un entorno de tensiones políticas y de incertidumbre laboral de los periodistas. Ofrecen un punto de vista analítico en el cual develan pistas para la comprensión de la complejidad que subyace en las relaciones entre los sistemas de medios y el político, y dejan abiertas preguntas relevantes sobre las condiciones del ejercicio de la libertad de expresión de los periodistas en Jalisco en los próximos años.

Un tema de interés y observación permanente del observatorio de medios del ITESO ha sido el relativo al gasto oficial en comunicación social del gobierno del estado de Jalisco. Este tema adquirió relevancia en mayo de 2018, con la aprobación de la Ley General de Comunicación Social, que por su carácter general obliga a los Congresos locales a emitir su propia ley bajo los lineamientos expuestos en la general. Con el objetivo de documentar esta coyuntura el informe presenta un tercer texto titulado “Regular el gasto en comunicación social: la llave que nadie quiere cerrar”, de José Bernardo Masini Aguilera. En este artículo el autor documenta los antecedentes del tema a escala nacional como antesala para describir analíticamente, desde el contexto de la competencia político electoral, las condiciones en las que en la LXI Legislatura local se presentaron varias iniciativas y se desestimaron propuestas de legisladores independientes y de la sociedad civil organizada, acordes con principios democráticos de transparencia, máxima publicidad, topes y criterios de asignación de recursos públicos para el fomento de la diversidad mediática, la pluralidad informativa y el derecho a saber de los ciudadanos. Desglosa los contenidos de las iniciativas y las contrasta con el reclamo ciudadano por una ley consecuente con estos principios. Hasta este momento Jalisco no cuenta con una norma en la materia, por lo que el gasto en comunicación social responde a la discrecionalidad de los gobernantes.

En la sección del informe denominada “Los que se fueron”, que tiene por objetivo documentar la trayectoria de comunicadores fallecidos durante el año, se presentan dos semblanzas elaboradas por estudiantes del programa en Periodismo y Comunicación Pública del ITESO. La prime-

ra es de Jimena Aguirre de la Torre, quien presenta una biografía profesional del fotoperiodista Ernesto Zenteno Covarrubias, y la segunda es de Estéfany Franco, quien ofrece una descripción de la trayectoria de José Antonio Fernández Salazar, periodista de radio y televisión.

Con esta entrega, el informe *Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco, 2018*, de la línea Sistemas de Comunicación del Observatorio ETIUS de Comunicación y Cultura, llega a su décima primera edición. Con este ejercicio el observatorio mantiene su compromiso de documentar, analizar y reflexionar sobre las coyunturas relevantes en materia de medios de comunicación, así como de su difusión a través de su informe anual. Este proyecto editorial pretende constituirse en un referente de conocimiento y análisis que contribuya a la formación de comunidades de conocimiento y la acción colectiva, comprometidas con la defensa y la promoción de la libertad de expresión y el derecho a la información de los jaliscienses.

Por último, pero no por ello menos importante, quiero reconocer y agradecer a los estudiantes y profesores colaboradores en el proyecto de observación electoral 2018, quienes además de invertir su talento y compromiso en ese proyecto, algunos de ellos se dieron el espacio y el tiempo para colaborar en el informe de *Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco, 2018*.

I. Medios de comunicación en Jalisco

Los observatorios de medios en Jalisco

JUAN S. LARROSA-FUENTES

DEFINICIÓN E HISTORIA DEL CONCEPTO OBSERVATORIO DE MEDIOS

La vía más sencilla para dar cuenta de qué son los observatorios de medios de comunicación es a través de su definición nominal. Según la Real Academia de la Lengua el verbo “observar” es una acción que aglutina significados de examinar algo atentamente, así como de mirar con atención y recato (RAE, 2016a). El término observar, pues, está relacionado con la contemplación y el estudio minucioso de cualquier cosa. Por su parte, “observatorio” es un sustantivo que se define como el “lugar o posición que sirve para hacer observaciones”, así como el “conjunto del personal que, en instalaciones adecuadas y con los instrumentos apropiados, se dedica a observaciones” (RAE, 2016b). Estos elementos dan pie para crear una idea básica del concepto de “observatorio de medios”, el cual puede definirse como el lugar y posición desde donde se examina atentamente la comunicación de las sociedades contemporáneas.

Como tal, la primera organización de la que se tiene registro que adoptó el término de “observatorio” para sus actividades de escrutinio mediático fue el “Observatorio da Imprensa” que surgió en Brasil en 1996 (Herrera & Christofolletti, 2006). Seis años más tarde el concepto de

“observatorio de medios” adquirió una gran notoriedad en Porto Alegre, Brasil, en el marco de la segunda edición del Foro Mundial Social que se llevó a cabo en el año 2002. En este foro se discutió la necesidad de fiscalizar las actividades de los medios de comunicación y se propuso la creación de observatorios de medios en distintas ciudades del mundo (Albornoz & Herschmann, 2007; Pastoriza, Hernández, García, & Pereira, 2005). Desde entonces el concepto de observatorio de medios ha sido ampliamente utilizado, particularmente en Iberoamérica, en donde se han asentado una gran cantidad de veedurías mediáticas.

No obstante, es reduccionista constreñir el trabajo de observación mediática exclusivamente a aquellas iniciativas que en su nombre llevan el término de “observatorio de medios” o de “observatorio de (la) comunicación”. La observación mediática y comunicacional ocurrió mucho antes que el primer observatorio instalado en Brasil. En general, existen dos elementos que componen la genealogía de los observatorios de medios que comenzaron a operar en Iberoamérica hacia el final del siglo XX (Díaz Castellanos, 2010; Larrosa-Fuentes, 2012a). La primera de ellas es la investigación académica en torno a la comunicación y específicamente sobre los medios de comunicación masiva (i.e., libro, cine, prensa, radio y televisión). Esta investigación comenzó a realizarse en Europa y en Estados Unidos a principios del siglo XX y después se expandió por el resto del mundo. El campo académico de la comunicación incluye diversos acercamientos epistemológicos, teóricos, normativos y metodológicos, por lo que es muy amplio para reseñarlo en un artículo como el que aquí se presenta. Basta señalar que los observatorios de medios han basado parte de su trabajo en la experiencia emanada

desde la academia, pues han utilizado diversas teorías para interpretar los sistemas de comunicación, pero también han echado mano de elementos metodológicos para hacer sus propias investigaciones.

La segunda raíz de los observatorios de medios se ubica en una dimensión jurídica. El siglo XX se caracterizó por ser un periodo en el que se desarrollaron intensamente los derechos civiles y políticos en diversas democracias del mundo y a través del sistema internacional de protección a los derechos humanos. En este gran proceso de reconocimiento de derechos civiles y políticos destaca el surgimiento de los derechos de opinión, expresión e información. A la distancia, es claro que el desarrollo histórico de estos derechos tuvo —y sigue teniendo al momento de escribir este texto— una correlación directa con las revoluciones comunicativas que sucedieron durante el siglo XX, como la emergencia de la radio y la televisión, el desarrollo de la televisión por cable y satelital, así como la aparición de Internet y, en general, de la digitalización de la comunicación humana. El diseño político de las sociedades industriales y posindustriales reconoció que los individuos eran sujetos de derechos en un entorno en donde la comunicación —política, económica, social, cultural— cobró una gran relevancia en la vida cotidiana. Sin embargo, el surgimiento de estos derechos no implicó su tutela automática. En la actualidad, incluso en las sociedades con democracias más consolidadas, estos derechos siguen siendo un ideario para alcanzar y una tarea aún por concluir. Alrededor del mundo persiste la censura, la concentración y centralización del control y la propiedad de los medios de comunicación, una incansable exclusión social de las infraestructuras comunicativas y

un extendido analfabetismo mediático. En este sentido, muchos observatorios de medios han nacido con la misión de estudiar la comunicación desde una dimensión jurídica, pero también con el objetivo de presionar porque los derechos comunicativos se cumplan y amplíen en el marco de una discusión democrática.

El estudio académico de la comunicación y la lucha por la reivindicación de derechos civiles y políticos está en el corazón de una buena cantidad de los observatorios que, como señala la definición de la Real Academia de la Lengua, son *lugares* desde donde se *examina* normativamente a la comunicación en general y a los medios de comunicación en particular. El trabajo de los observatorios de medios es una examinación normativa porque parte de un ideal sobre cómo *debería ser* la comunicación en una sociedad democrática. Por lo tanto, es importante señalar que cada observatorio de medios es distinto porque parte de objetivos y valores heterogéneos. El término de observatorio de medios no es una franquicia que cuente con un instructivo teórico y metodológico universal. Por el contrario, como lo señala Germán Rey, la acción de observar implica un emplazamiento en particular y ese emplazamiento, por fuerza, construye un lugar desde el cual se observa subjetivamente el fenómeno comunicativo. Los observatorios, así, aportan distintas miradas políticas sobre la comunicación y sus sistemas, miradas que “reconocen su visión parcial, pero sobre todo que se abren a confrontarse con otras miradas, interactúan con otras observaciones que, a su vez, provienen de diferentes ‘lugares’ dentro de la sociedad” (Rey, 2003).

En conclusión, los observatorios de medios son espacios desde donde se analiza el quehacer de los medios de comunicación. Estas organizaciones están integradas por académicos, periodistas o ciudadanos en general. Los observatorios hacen labores de investigación sobre los distintos procesos de comunicación interpersonal, masiva y de redes (producción, circulación, consumo), generan pedagogías que detonan la alfabetización mediática y un consumo crítico de los productos comunicativos, toman una participación en debates públicos sobre su objetivo de estudio y buscan desarrollar transformaciones en la opinión pública y los sistemas legislativos de su entorno. Algunos observatorios llevan a cabo todas estas labores, pero la mayoría solo se avoca a algunas de ellas.

UN MAPA DE LOS OBSERVATORIOS DE MEDIOS EN JALISCO

En el estado de Jalisco han operado distintos observatorios de medios. El primero en iniciar sus operaciones en 2004 fue el observatorio del Departamento de Estudios Socioculturales de la Universidad ITESO. A lo largo de sus primeros años de trabajo el observatorio se dedicó a realizar mapas sobre los sistemas de comunicación del Área Metropolitana de Guadalajara. En 2007 este observatorio adoptó el nombre de “Quid ITESO: Análisis Crítico de Medios de Comunicación”, en 2014 fue modificado por “Q ITESO” y en 2016 se transformó en “ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura”.

Los objetivos de las primeras dos versiones de este observatorio quedaron plasmados en su misión, la cual señalaba que

El observatorio de medios del ITESO es un dispositivo universitario, independiente y que suscribe las Orientaciones Fundamentales de esta institución. Los objetivos generales de esta veeduría son: analizar, describir y generar información sobre el sistema de medios de comunicación de Jalisco; fomentar la construcción de audiencias críticas en la comunidad universitaria, y establecer diálogo con los medios de comunicación para promover una mayor calidad en sus contenidos. Además, el observatorio buscará formas creativas de publicar su trabajo. Todo esto encaminado a la defensa del derecho a la información.

Este observatorio de medios concentró cuatro tareas fundamentales: la investigación académica del sistema de comunicación local en Guadalajara desde dimensiones políticas, económicas, periodísticas y culturales; el desarrollo de proyectos pedagógicos en los campos de la educación para la recepción y la alfabetización mediática, y en la elaboración de estrategias comunicativas para dar a conocer el trabajo del observatorio de medios.

La tercera etapa de este proyecto comenzó a operar en 2016 con el nombre de “ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura”. En este nuevo momento el observatorio amplió sus horizontes al campo de la comunicación y la cultura y se puso como objetivo producir “nuevo conocimiento sobre asuntos de interés público”, así como “incidir en el diálogo académico y el debate público a través de

la difusión de conocimientos e información sobre temas socialmente pertinentes y necesarios” (Paláu Cardona & Bernal Loaiza, 2018). En este observatorio, en sus tres etapas, han colaborado decenas de alumnos de las distintas licenciaturas de la Universidad ITESO, especialmente de la carrera de Ciencias de la Comunicación, bajo la coordinación de profesores e investigadores como Graciela Bernal Loaiza, Cecilia Cervantes Barba, Bernardo Masini Aguilera, María Magdalena Sofía Paláu Cardona, Julio González, Juan Larrosa Fuentes, entre otros. El trabajo de este observatorio se puede consultar en las publicaciones que ha producido (Bernal Loaiza, 2017, 2019; Larrosa-Fuentes, 2008, 2009, 2011, 2012; Larrosa-Fuentes & Paláu Cardona, 2013; Paláu Cardona, 2012, 2015, 2016; Paláu Cardona & Larrosa-Fuentes, 2014).

Un año después de la fundación del observatorio de medios del ITESO nació el capítulo México del Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (Obitel). Este observatorio está conformado por una red de investigadores de doce países y tiene por objetivo la observación de la ficción televisiva, particularmente en países de América Latina, aunque también participan investigadores de España, Portugal y de Estados Unidos (Gómez Orozco & Vassallo de Lopes, 2010, p.16). Además, el observatorio busca “estimular la cooperación de investigadores, especialistas y productores, y el intercambio de conocimiento para fomentar el desarrollo de la investigación y de la formación” (Sánchez García & Díaz, 2013, p.216). El capítulo de México tiene su sede en la ciudad de Guadalajara y opera desde 2005 con un equipo de trabajo conformado por los investigadores Francisco Hernández Lomelí, Darwin Franco, Gabriela Gómez, Adrién Charlois Allende y Alejandro Huí-

zar, que laboran bajo la conducción del doctor Guillermo Orozco Gómez, quien además se ha desempeñado como coordinador general de la red internacional Obitel desde 2008. Este observatorio se ha caracterizado por hacer análisis cuantitativos y cualitativos de la programación de la televisión abierta en México, especialmente de aquellas piezas que pueden ser catalogadas como ficción. La mayor parte del trabajo de este observatorio puede consultarse en los informes anuales que han publicado (Orozco Gómez & Vassallo de Lopes, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015; Vassallo de Lopes & Vilches, 2008).

A partir de 2007 el Ayuntamiento de Guadalajara echó a andar el Observatorio Minerva. Este observatorio estuvo dedicado a analizar y dar seguimiento al tema de género en la capital del estado de Jalisco. Entre otros proyectos, Minerva contó con el “Observatorio de Publicidad y Comunicación no Sexista”. Este observatorio tuvo por objetivo “observar, analizar y canalizar las denuncias expuestas por la población tapatía respecto a imágenes y contenidos sexistas, discriminatorios y con estereotipos de género masculinos y femeninos, que se exhiban en cualquier medio de comunicación y publicidad”. En particular, dos líneas de investigación destacaron en este trabajo: el análisis, desde una perspectiva de género, de los productos publicitarios que son consumidos por los habitantes del municipio de Guadalajara y el monitoreo de las notas periodísticas que se publican en la prensa local en torno a los temas de violencia social y de género. Es importante señalar que el trabajo de esta organización gubernamental está sustentado en distintos documentos del sistema internacional de protección a los derechos humanos como la Convención para la Eliminación de toda forma de Discriminación

minación hacia la Mujer (CEDAW por sus siglas en inglés) y la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer, Belem Dó Pará. Minerva fue parte del Instituto Municipal de las Mujeres, dirigido por María Elena Cruz Muñoz y coordinado por Gabriela Cervantes Fuentes. El observatorio concluyó sus funciones en 2013.

Aunque no es un observatorio de medios propiamente, Jalisco Cómo Vamos se define como un observatorio ciudadano que mide la calidad de vida de los habitantes del estado de Jalisco. Este observatorio nació en 2010 como una iniciativa de un grupo de académicos, empresarios y periodistas con la intención de generar información estadística sobre la vida de los habitantes del estado. Jalisco Cómo Vamos tiene como socios fundadores a la Universidad ITESO, EXTRA A.C., y la Fundación Jesús Álvarez del Castillo. El primer director de este observatorio fue David Gómez Álvarez, quien después fue relevado en el cargo por Augusto Chacón Benavides. El trabajo central de esta organización ha sido el de levantar una encuesta anual de percepción en la cual se abordan temas como salud, educación, movilidad, consumo cultural, entre otros. La inclusión de Jalisco Cómo Vamos en este recuento es pertinente porque su encuesta ha arrojado información valiosa sobre los patrones de consumo mediático entre los jaliscienses, una tarea que coloca a esta organización en el terreno de la observación de medios de comunicación. Al igual que en el caso de los observatorios anteriores, el trabajo de Jalisco Cómo Vamos puede encontrarse en sus informes anuales (Jalisco Cómo Vamos, 2011, 2012, 2013, 2014).

En 2017 se formó un nuevo observatorio auspiciado en la Universidad de Guadalajara y que se denominó como “Observatorio político electoral”. Este nuevo dispositivo es

Un grupo de trabajo integrado por profesores y estudiantes de la Universidad de Guadalajara encargado de dar seguimiento a la evolución de los procesos electorales locales y de la observación permanente de los procesos político–electorales de Jalisco y la región. Busca realizar e impulsar el trabajo de análisis político. Su conducción es neutral y apartidista, con objetividad y responsabilidad frente al panorama político electoral. La organización se realiza desde el Departamento de Estudios Políticos del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH) (Observatorio electoral, 2019).

Entre las diversas líneas de trabajo de este proyecto existe una dedicada a la observación de “prensa y líderes de opinión” coordinada por el investigador Armando Zacarías Castillo, en la que se han presentado análisis de contenido de la prensa local y nacional en contextos nacionales, así como análisis de la comunicación política del gobierno federal.

LA OBSERVACIÓN A SISTEMAS DE COMUNICACIÓN

El mayor aporte de los observatorios de medios en Jalisco ha sido la creación de conocimientos sustentados en evidencias empíricas. Los observatorios en México nacieron, en buena medida, como organizaciones que buscan suplir

las deficiencias de un Estado que carece de los recursos económicos y técnicos, y muchas veces de voluntad política, para generar información sobre la vida política, económica, social y cultural de la población. El caso de la comunicación social, masiva y en redes es emblemática. Hasta el momento de escribir este texto no existían censos confiables sobre el número y características de las empresas y trabajadores de las industrias mediáticas y de telecomunicaciones. La dispersión y escasez de la información es notoria. Por ello, uno de los primeros trabajos de los observatorios consistió en realizar censos de los periódicos, radiodifusoras y televisoras en el estado de Jalisco. En particular, el observatorio de medios del ITESO creó distintos mapas de medios, desde una perspectiva teórica de la economía política, los cuales ha ido actualizando en el tiempo y que han sido publicados en sus informes anuales, así como en su página de Internet. Estos censos y mapas han revelado y demostrado varias cosas, por ejemplo, una alta concentración del control y la propiedad de los medios de comunicación, especialmente en los sectores de la radio y la televisión, y una notable ausencia de medios públicos y universitarios entre la oferta audiovisual que tienen los jaliscienses. Además, en términos de propiedad del sistema de comunicación, hay una tendencia en la cual los medios han pasado a ser propiedad de empresarios de otros estados de la república mexicana. En otras palabras: los empresarios jaliscienses han dejado de tener una participación importante en el control del sistema de comunicación. Por otro lado, los observatorios han ofrecido información sobre la centralización de la comunicación. Esto quiere decir que la mayor parte de los medios de comunicación están en el Área Me-

tropolitana de Guadalajara y que, en contraparte, existen pocos medios de comunicación en los distintos municipios del estado de Jalisco.

Los medios que integran los distintos sistemas de comunicación producen mensajes que después son decodificados por las audiencias. Además de analizar las estructuras comunicativas del estado de Jalisco los observatorios de medios han dedicado sus esfuerzos a analizar los mensajes de la prensa, la radio, la televisión y los medios digitales. Estos observatorios, por ejemplo, han documentado que no nada más existe una concentración y centralización de la infraestructura comunicativa en el Área Metropolitana de Guadalajara, sino que también ocurre la misma tendencia en términos de producción de mensajes, pues la mayoría son manufacturados en la capital del estado. Sin embargo, este desbalance en la producción comunicativa también existe si se compara la producción comunicativa de todo el estado de Jalisco en relación con los mensajes que se importan desde la Ciudad de México o de otras partes del mundo, especialmente de Estados Unidos. En general, los jaliscienses tienen acceso a contenidos mediáticos producidos en la Ciudad de México. Esto queda claro con los análisis de las parrillas de televisión que han hecho el observatorio de medios del ITESO y Obitel, en los que se consigna que los canales de televisión locales tienen una producción muy baja de programas y, en general, se limitan a retransmitir lo producido en la capital del país. Además, diversos análisis de contenido de la prensa tapatía demuestran la “edición local” de la prensa local (González-Borjas, 2000), una tendencia en la cual las empresas periodísticas locales fueron adquiridas por conglomerados nacionales y en donde las agendas periodísticas ganaron

contenidos de orden nacional, en detrimento de la producción informativa local. En estas fusiones mediáticas buena parte de la producción local de comunicación se sustituyó por información producida en otras partes del país y del mundo.

Los observatorios de medios también han realizado análisis de contenido de “eventos mediáticos” y de ciertos temas en específico. Por ejemplo, uno de los proyectos más grandes y extensos del observatorio de medios del ITESO ha sido la observación mediática durante las campañas electorales. Este observatorio ha realizado trabajos de investigación en las elecciones de 2006, 2009, 2012, 2015 y 2018, retomando el trabajo académico de monitoreo de medios de investigadores de la Universidad de Guadalajara, particularmente de Francisco Aceves González. El centro de la investigación electoral ha estado en el análisis de contenido, aunque también ha observado a los productores y a los receptores de mensajes durante las campañas electorales. A lo largo de todos estos años el observatorio de medios del ITESO ha hecho análisis de prensa, así como de noticiarios de radio y televisión, de los *spots* políticos, de los debates televisados entre candidatos a cargos públicos, la publicación de encuestas en periodos electorales, así como el seguimiento a la comunicación digital en páginas de Internet y en plataformas para la creación de comunidades virtuales como Facebook, Twitter y YouTube. Sobre el tema electoral este observatorio de medios ha concluido que el sistema de comunicación política en México es unidireccional y muy rígido. El sistema es unidireccional porque las campañas, en su mayoría, están diseñadas como estrategias de difusión informativa sobre los candidatos y sus mensajes publicitarios. Sin

embargo, no se han privilegiado estrategias en las que los ciudadanos también puedan ser parte de los procesos comunicativos. Lo anterior ha sido cierto, incluso, en las campañas electorales en Internet. Así, más que un sistema de comunicación política, en México existe un *sistema de difusión* de información política. Por otro lado, el diseño institucional del llamado sistema de comunicación política es muy rígido porque tiene muchas restricciones que entorpecen el trabajo comunicativo de los candidatos y sus partidos políticos, pero especialmente de los periodistas. La sobrerregulación de la comunicación política ha hecho que las coberturas periodísticas se reduzcan al mínimo y con más o menos la misma información en todos los medios de comunicación. Asimismo, quienes han investigado estos procesos se han percatado de que la comunicación interpersonal durante las campañas electorales desempeña un papel mucho más importante del que normalmente se cree, por lo que una agenda pendiente de estos trabajos de investigación es dirigir las observaciones no únicamente a la comunicación masiva y en redes, sino también a lo que ocurre en otro tipo de interacciones comunicativas.

La comunicación política ha sido estudiada en eventos y coyunturas mediáticas distintas a las campañas electorales. Durante varios años el observatorio de medios del ITESO llevó a cabo investigaciones sobre cómo se discuten los temas de interés público. Para ello hizo análisis de contenido de la prensa local en orden de analizar los debates públicos, pero también entrevistas con aquellos actores políticos y sociales que participaron en tales debates. Un caso importante de análisis fue el debate sobre la pertinencia de llevar a cabo una carretera privada que atravesara la ciudad de Guadalajara con la finalidad de agilizar el tráfico.

Esta obra, a la que se denominó “Vía Expres”, causó una gran polémica entre los ciudadanos jaliscienses, pues iba a financiarse con dinero público y tendría un uso privado; además, distintos arquitectos y urbanistas señalaron los impactos negativos que una obra como esa traería a la ciudad. Durante meses la obra fue discutida en distintos medios de comunicación y estas discusiones fueron analizadas por el observatorio de medios (Acosta García, Larrosa-Fuentes & Paláu Cardona, 2014). En otro caso de estudio se analizó la discusión de las reformas a la Ley de Transparencia de Jalisco. Estas discusiones no solamente se llevaron a cabo en el Congreso del estado, también ocurrieron en la prensa local y en distintas redes socio-digitales. El equipo del observatorio también analizó esta coyuntura y entrevistó a diputados, académicos, periodistas y líderes de opinión involucrados en las discusiones públicas. Los resultados generales de estas investigaciones indican que muchas de las prácticas periodísticas en Jalisco se caracterizan por ser oficialistas. El oficialismo se descubre en las fuentes informativas de los periodistas, que en su mayoría provienen de documentos producidos por el gobierno o por declaraciones realizadas por las autoridades. En estas coberturas informativas se le otorga un mínimo porcentaje de voz a líderes y organizaciones sociales y, en general, es notoria la poca participación que tienen las mujeres en los debates públicos en los medios de comunicación. Otra de las conclusiones es que los debates tendieron a polarizarse y quienes discutían pocas veces coincidían en sus argumentos y, por el contrario, abundaron las descalificaciones y la repetición acrítica de argumentos. Estas observaciones dan cuenta de un sistema de comunicación política al que le hacen falta mecanismos formales y no formales para

llevar a buen puerto los diálogos políticos y sociales entre la comunidad jalisciense.

El análisis de contenidos mediáticos no se limitó a la comunicación política. También se realizaron ejercicios de observación a los programas de ficción que se transmiten a través de los sistemas de las pantallas televisivas. A lo largo de más de diez años el capítulo México de Obitel se abocó a analizar la ficción en la televisión mexicana. La mayor parte de sus observaciones tienen un carácter nacional, pues, como se mencionó anteriormente, el grueso de la producción televisiva en México se realiza en la capital del país. En sus investigaciones Obitel concluye que la telenovela es el género televisivo dominante a través del cual los mexicanos se entretienen desde hace décadas. Sin embargo, Obitel no solo confirmó la preponderancia de las telenovelas en México, llegó además a dos conclusiones importantes (Gómez Orozco & Vassallo de Lopes, 2010). La primera es que encontraron que las telenovelas se convirtieron en un vehículo para transmitir “publicidad nativa” o “publicidad integrada”. Esto quiere decir que dentro de los productos televisivos se integraron anuncios publicitarios. Por ejemplo, en la telenovela “Alma de hierro”, producida por Televisa en 2009, la trama incluía a una familia que trabajaba en una salchichonería en donde se vendían los productos de la marca FUD. Cada vez que había una escena en ese establecimiento aparecía la marca comercial en la propia telenovela. La segunda conclusión es que, además del surgimiento de la publicidad nativa, también se naturalizó la propaganda política. Por ejemplo, en el año 2006 la telenovela “Betty la fea” incluyó diálogos en los que abiertamente apoyaban al entonces candidato presidencial Felipe Calderón.

Los observatorios de medios también han realizado análisis de contenidos temáticos. Por ejemplo, el ITESO hizo un análisis de contenido sobre el tratamiento que los periódicos locales le dieron a la cobertura de los Juegos Panamericanos que se llevaron a cabo en Guadalajara en 2011, y en 2013 realizó, junto con investigadores de la Universidad de Guadalajara, un análisis sobre la cobertura de la prensa nacional a los temas de medio ambiente y cambio climático (ambas investigaciones se pueden consultar en la página del observatorio). En este rubro, en el de los análisis de contenido sobre ciertos temas en particular, sobresale el trabajo del Observatorio Minerva, el cual en 2008 hizo un análisis de contenido de 127 notas de periódicos locales que tenían por tema central la violencia contra mujeres, niños y niñas en Guadalajara. Del universo de las notas, 62% se referían a hechos violentos que ocurrían por primera vez y 28% fueron notas relacionadas con el seguimiento de esos hechos violentos. De este análisis de contenido el observatorio de medios concluyó que la prensa local da una gran cobertura al hecho violento, pero pocas veces hace un seguimiento sobre cómo se solucionan o se castigan —o no— estos hechos. Además, observaron que las notas monitoreadas hacían un gran énfasis en la vida íntima de las personas que participaron en los hechos violentos, pero que poco se hacía por incluir información que diera una mayor contextualización a estos casos (Observatorio Minerva, 2008).

Los observatorios jaliscienses se han ocupado de investigar a las audiencias que consumen los mensajes mediáticos. En este rubro destaca el trabajo del observatorio Jalisco Cómo Vamos, que desde el año 2010 publica una encuesta anual sobre la calidad de vida de los jaliscienses.

En estas encuestas hay una sección dedicada a conocer el consumo cultural de la población. Estos trabajos ofrecen información interesante, como por ejemplo que la mayoría de los jaliscienses (más de 90%) dice ver la televisión de forma regular a manera de entretenimiento y que, por el contrario, solamente un tercio de la población señala que asiste con regularidad al cine. Por otro lado, el observatorio de medios del ITESO levantó una encuesta durante la campaña a presidente del Ayuntamiento de Guadalajara en 2015, así como en la elección a gobernador en 2018. Esta encuesta estuvo enfocada a observar la forma en la que los habitantes del municipio de Guadalajara se informaron durante las campañas electorales. Este ejercicio confirmó que la televisión sigue siendo el medio de comunicación con mayor audiencia, pues 49,5% de los encuestados dijo informarse a través de la televisión, mientras que 12% dijo hacerlo a través de la radio, 12% a través de la prensa y 12% a través de la plataforma Facebook.

INCIDENCIA PÚBLICA DE LOS OBSERVATORIOS DE MEDIOS

En los párrafos anteriores hay una descripción, a grandes rasgos, de los principales conocimientos que han generado los observatorios de medios de Jalisco. Por supuesto, el trabajo de investigación de estas veedurías es mucho más extenso y profundo que lo descrito. En la sección bibliográfica de este artículo el lector encontrará las publicaciones de los observatorios en donde podrá consultar a detalle las investigaciones reseñadas y otras más. Ahora bien, en este punto del texto es pertinente formular algunas preguntas. ¿De qué ha servido esta generación de conocimiento de

los observatorios de medios? ¿En qué se diferencian estos observatorios de medios del trabajo que se hace en los departamentos de investigación de las universidades locales? ¿Cómo han defendido estos observatorios el derecho a la información? Al respecto, las veedurías han incidido en la vida pública de Jalisco de tres formas en particular y todas están relacionadas con la producción de conocimientos académicos. La primera, como se explicó párrafos antes, es una contribución al conocimiento público en un contexto en el que el Estado mexicano produce información de mala calidad o de plano no la produce. En este sentido, los observatorios han construido información útil para conocer el sistema de comunicación local. Esta información puede servir a otros investigadores para realizar su trabajo cotidiano, a los ciudadanos para conocer su sistema de comunicación, y a los distintos órdenes de gobierno para analizar y tomar decisiones en torno a la comunicación pública del estado.

La segunda forma en la que han incidido los observatorios de medios ha sido en el terreno educativo. Tanto Obitel, pero especialmente el observatorio de medios del ITESO, tienen una estrecha relación con el mundo universitario. En estos observatorios han participado alumnos de licenciatura y posgrado, que se encargan de las labores de investigación y comunicación de los conocimientos académicos que se han producido en estas organizaciones. Esta experiencia ha sido muy útil para formar nuevos cuadros que, cuando salen de la universidad, se integran al mundo laboral para trabajar como investigadores académicos, periodistas o comunicadores sociales. Pero las aportaciones de los observatorios en el terreno formativo también pueden observarse en los procesos de educación

para la recepción y de alfabetización mediática que han desarrollado a lo largo de los años. Los observatorios y sus integrantes han creado manuales para padres de familia que tienen el interés de ver críticamente la televisión con sus hijos, talleres para estudiantes en donde se desarrollan habilidades para hacer un consumo responsable de los noticiarios de televisión, programas pedagógicos para leer críticamente las campañas electorales en los medios y procesos mucho más lúdicos como la organización de cineclubes relacionados con la comunicación, presentaciones de libros, obras de teatro y más. Estos procesos han contribuido a formar audiencias críticas y con la capacidad de tener mejores lecturas y formas de consumo de los productos mediáticos con los que están en contacto cotidianamente

La tercera forma en la que los observatorios han incidido es a través de su participación en distintas discusiones públicas. Las veedurías están integradas por académicos, periodistas y estudiantes que, en distintos momentos y coyunturas, han participado en debates públicos a través de ponencias, de la redacción de artículos de opinión en periódicos, revistas o blogs, de programas de radio, o de acceder a entrevistas en medios de comunicación locales, nacionales e internacionales. Sobre esta forma de incidencia hay varios ejemplos. Durante distintos procesos electorales, el observatorio de medios del ITESO ha producido programas de radio, televisión, así como análisis de coyuntura, productos comunicativos que pueden consultarse en su página web. Entre otras cosas, el observatorio criticó que en las elecciones de 2012 no se hayan transmitido los debates de los candidatos a gobernador a través de canales comerciales de televisión abierta y en 2015 la falta

de rigor teórico y metodológico de la prensa local cuando publicaron encuestas electorales. Otro tema relevante ha sido el traslado de recursos públicos a empresas privadas por concepto de publicidad oficial o para la elaboración de productos comunicativos como telenovelas. El observatorio de medios del ITESO y Obitel criticaron en sus respectivos informes la política de Emilio González Márquez de otorgar dinero público para la producción de telenovelas como “Las tontas no van al cielo”, grabada en la ciudad de Guadalajara, o la organización de eventos mediáticos como los premios MTV en 2008. Los sistemas de medios públicos en Jalisco también han sido objeto de escrutinio de los observatorios de medios, los cuales han señalado el uso político de estos medios, su falta de profesionalización, así como la violación a los derechos de las audiencias en ciertas coyunturas. Al respecto se pueden consultar los artículos que han escrito Guillermo Orozco y Darwin Franco para la revista *Zócalo*, por ejemplo “C7 Jalisco: la impune violación a los derechos de las audiencias”, en el que hacen referencia al trabajo del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (Orozco Gómez & Franco, 2015).

CONCLUSIONES: RETOS DE LOS OBSERVATORIOS DE MEDIOS

En términos históricos, los observatorios de medios son organizaciones nuevas en Jalisco, pues nacieron durante los primeros años del siglo XXI. A lo largo de más de diez años los observatorios han contribuido a la creación de conocimientos desde una visión crítica, han desarrollado procesos pedagógicos dirigidos a la formación de estudiantes y ciudadanos en general, y han participado en

discusiones públicas de trascendencia para el sistema de comunicación local.

Sin embargo, los observatorios de medios en Jalisco todavía tienen muchos retos por delante. Desde una perspectiva interna estas organizaciones han subsistido con un presupuesto económico exiguo. Esta precariedad financiera ha tenido un impacto directo en su fuerza laboral, en su acceso a tecnologías de investigación y comunicación, así como en la infraestructura material que tienen para realizar su trabajo. En la siguiente década, si los observatorios desean subsistir, tendrán que dar pasos hacia una institucionalización más robusta, que incluya, entre otras cosas, fuentes de financiamiento estables y suficientes para llevar a cabo sus objetivos.

Por otra parte, los observatorios de medios en Jalisco tienen por delante la creación de nuevas y mejores estrategias de incidencia y diálogo público (Larrosa-Fuentes, 2012). Los observatorios han volcado la mayor parte de su trabajo al interior de las organizaciones y han hecho poco por entablar relaciones y diálogos con otras instituciones, así como actores públicos y sociales. Las veedurías tienen la posibilidad de entablar relaciones con los distintos niveles de gobierno. Estas relaciones deben seguir siendo críticas, pero al mismo tiempo pueden ser colaborativas. Los observatorios pueden presionar para que las instituciones públicas produzcan información de calidad sobre los distintos sistemas de comunicación. Esto abriría la puerta para que los observatorios pudieran hacer otro tipo de investigaciones, mucho más complejas y de temas más amplios.

Sin duda, un interlocutor fundamental de los observatorios de medios son los medios de comunicación y los

periodistas. Aunque el trabajo de estas organizaciones es crítico del sistema de comunicación, no se debe cancelar la posibilidad de encontrar a los medios de comunicación en procesos dialógicos en donde se puedan discutir las formas de producción, distribución y consumo de la comunicación en Jalisco, de manera que puedan mejorarse las condiciones y el desempeño del sistema de comunicación. El conocimiento que producen los observatorios tendría que servir para mejorar el trabajo de los periodistas del estado, para discutir las parrillas de programación en radio y televisión, para evaluar el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión, así como el Sistema Universitario de Radio y Televisión, para proponer nuevas legislaciones sobre el gasto público en comunicación social, entre otras cosas. De otra forma, los observatorios se convertirán en voces que lanzan sus mensajes al desierto, en donde poco o nulo impacto tendrán sus críticas.

En la introducción de este artículo se alude a la definición de la Real Academia de la Lengua para definir el sustantivo “observatorio”. Entre otras cosas, la definición de este sustantivo refiere al “lugar o posición que sirve para hacer observaciones”. En el caso de Jalisco han existido pocos observatorios y, por lo tanto, pocos lugares desde los cuales mirar a los medios y a la comunicación en general. No basta con tener un observatorio de medios, pues entonces el análisis crítico se restringe a una sola mirada y se vuelve, más que crítico, hegemónico. Por ello es importante que se desarrollen más observatorios que puedan observar a los medios de comunicación desde el gobierno, la academia, los medios de comunicación, así como de las organizaciones y movimientos sociales. Cada

uno de estos espacios supone un emplazamiento distinto para analizar la comunicación y, por lo tanto, una mirada que pueda entrar en diálogo y conflicto con otras miradas. Los distintos órdenes de gobierno pueden instalar observatorios para producir información y fiscalizar que medios y periodistas cumplan con las regulaciones que están en la Constitución y en las leyes federales. Las universidades pueden impulsar observatorios que innoven en metodologías y tecnologías para hacer investigación sobre medios. Los medios de comunicación y periodistas pueden abrir espacios informativos, como ocurre en otras partes del país y del mundo, para investigar periodística y analíticamente a otros medios de comunicación y romper con la absurda y anacrónica tradición periodística en México, en la que los medios no son críticos con el desempeño de sus pares. Y las organizaciones y movimientos sociales pueden construir observatorios en donde el centro de su labor esté relacionado con la temática de la organización como, por ejemplo, observatorios que analicen la cobertura de movimientos sociales en los medios, o temas como la migración, el trabajo, el medio ambiente, entre otros.

En los últimos 150 años la comunicación ha tenido un desarrollo vertiginoso y no se vislumbra que la intensidad de este desarrollo vaya a decrecer en los siguientes años. Los cambios sociales que han traído estas transformaciones comunicativas son inmensos. Sin embargo, estos procesos de desarrollo también han sido marcados por profundas inequidades y divisiones políticas, económicas, sociales y culturales. Los observatorios seguirán siendo organizaciones valiosas y pertinentes, siempre y cuando continúen analizando críticamente la comu-

nicación en las sociedades contemporáneas, pero también exigiendo los derechos informativos y comunicativos para los sectores de la población más vulnerables.

REFERENCIAS

- Acosta García, R., Larrosa-Fuentes, J.S., & Paláu Cardona, M.M.S. (2014). Decisiones públicas sin diálogo público: análisis de los argumentos sobre el caso de la Vía Expres vertidos en la prensa de Guadalajara. *Comunicación y Sociedad* (21), 139-159.
- Albornoz, L. A., & Herschmann, M. (2007). Balance de un proceso iberoamericano: los observatorios de información, comunicación y cultura. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación* (72), 47-59.
- Bernal Loaiza, G. (Ed.). (2017). *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2016*. Guadalajara: ITESO.
- Bernal Loaiza, G. (Ed.). (2019). *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2017*. Guadalajara: ITESO.
- Díaz Castellanos, J. (2010). Los observatorios de medios: bastiones de la investigación mediática. *Razón y Palabra* 15(73).
- Gómez Orozco, G., & Vassallo de Lopes, M.I. (2010). Observación de la ficción televisiva en ocho países iberoamericanos. *Comunicación y Sociedad* (13), 13-42.
- González-Borjas, A. (2000). El fenómeno de la “edición local” y la prensa local. *Ámbitos* (4), 87-100.
- Herrera, S., & Christofolletti, R. (2006). Una guía de los observatorios de medios en América Latina. *Anagramas* 5(9), 47-66. Recuperado de <http://revis->

tas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/779

Jalisco Cómo Vamos (2011). *Encuesta de Percepción 2011. ¿Cómo nos vemos los tapatíos?* Guadalajara: Jalisco Cómo Vamos. Recuperado de <http://www.jalisco-comovamos.org>

Jalisco Cómo Vamos (2012). *Encuesta de Percepción 2012. ¿Cómo nos vemos los tapatíos?* Guadalajara: Jalisco Cómo Vamos. Recuperado de <http://www.jalisco-comovamos.org>

Jalisco Cómo Vamos (2013). *Encuesta de Percepción 2013. ¿Cómo nos vemos los tapatíos?* Guadalajara: Jalisco Cómo Vamos. Recuperado de <http://www.jalisco-comovamos.org>

Jalisco Cómo Vamos (2014). *Encuesta de Percepción 2014. ¿Cómo nos vemos los tapatíos?* Guadalajara: Jalisco Cómo Vamos. Recuperado de <http://www.jalisco-comovamos.org>

Larrosa-Fuentes, J.S. (2012a). El diálogo entre observatorios de medios y los medios: una agenda pendiente. En R. Acosta García (Ed.), *El diálogo como objeto de estudio* (pp. 171-190). Guadalajara: ITESO.

Larrosa-Fuentes, J.S. (Ed.). (2008). *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2008*. Guadalajara: ITESO.

Larrosa-Fuentes, J.S. (Ed.). (2009). *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2009*. Guadalajara: ITESO.

Larrosa-Fuentes, J.S. (Ed.). (2009). *Medios de comunicación y libertad de expresión en Jalisco, 2010*. Guadalajara: ITESO.

- Larrosa-Fuentes, J.S. (Ed.). (2012). *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2011*. Guadalajara: ITESO.
- Larrosa-Fuentes, J.S., & Paláu Cardona, M.M.S. (Eds.) (2013). *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2012. Análisis del sistema de comunicación política de Jalisco durante las campañas electorales a gobernador*. Guadalajara: ITESO.
- Observatorio electoral (2019). Página del “Observatorio Electoral” de la Universidad de Guadalajara. Consultado el 10 de mayo de 2019 en Página del “Observatorio Electoral” de la Universidad de Guadalajara: <http://www.observatorioelectoral.cucsh.udg.mx/>
- Observatorio Minerva (2008). *Violencia social y de género en medios de comunicación impresos. Primer corte cuatrimestral*, No.1, p.10. Guadalajara: Instituto Municipal de las Mujeres de Guadalajara.
- Orozco Gómez, G., & Franco, D. (2015). C7 Jalisco: la impune violación a los derechos de las audiencias. *Revista Zócalo* (185).
- Orozco Gómez, G., & Vassallo de Lopes, M.I. (Eds.) (2009). *La ficción televisiva en países iberoamericanos. Narrativas, formatos y publicidad (Informe OBITEL 2009)*. Barcelona / Guadalajara: Obitel.
- Orozco Gómez, G., & Vassallo de Lopes, M.I. (Eds.) (2010). *Convergencias y transmediación de la ficción televisiva (Informe OBITEL 2010)*. Porto Alegre: Obitel / Sulina.
- Orozco Gómez, G., & Vassallo de Lopes, M.I. (Eds.) (2011). *Calidad de la ficción televisiva y participación trans-*

- mediática de las audiencias (Informe OBITEL 2011)*. Sao Paulo: Obitel / Globo.
- Orozco Gómez, G., & Vassallo de Lopes, M.I. (Eds.) (2012). *Transnacionalización de la ficción televisiva en los países iberoamericanos (Informe OBITEL 2012)*. Porto Alegre: Obitel / Sulina.
- Orozco Gómez, G., & Vassallo de Lopes, M.I. (Eds.) (2013). *Memoria social y ficción televisiva (Informe 2013)*. Porto Alegre: Obitel / Sulina.
- Orozco Gómez, G., & Vassallo de Lopes, M.I. (Eds.) (2014). *Estrategias de producción transmedia en la ficción televisiva (Informe OBITEL 2014)*. Porto Alegre: Obitel / Sulina.
- Orozco Gómez, G., & Vassallo de Lopes, M.I. (Eds.) (2015). *Relaciones de género en la ficción televisiva (Informe OBITEL 2015)*. Porto Alegre: Obitel / Sulina.
- Paláu Cardona, M.M.S. (Ed.) (2012). *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2013*. Guadalajara: ITESO.
- Paláu Cardona, M.M.S. (Ed.) (2015). *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2014*. Guadalajara: ITESO.
- Paláu Cardona, M.M.S. (Ed.) (2016). *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2015. Análisis del sistema de comunicación política en el proceso electoral*. Guadalajara: ITESO.
- Paláu Cardona, M.M.S., & Bernal Loaiza, G. (2018). El observatorio de medios de comunicación: una experiencia de formación profesional, producción académica y vinculación. En G. Bernal Loaiza (Ed.), *50 años en la formación universitaria de comunicadores. 1967-2017* (pp. 219-236). Guadalajara: ITESO.

- Paláu Cardona, M.M.S., & Larrosa-Fuentes, J.S. (2014). *Manual para la observación de medios* (1a ed.). Guadalajara: ITESO.
- Pastoriza, G. B., Hernández, T., García, X.L., & Pereira, J. (2005). Los observatorios de comunicación. *Chasqui* (13901079) (90), 38-45.
- Real Academia de la Lengua, RAE (2016a). Observar. *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Real Academia de la Lengua. Recuperado de www.rae.es
- Real Academia de la Lengua, RAE (2016b). Observatorio. *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Real Academia de la Lengua. Recuperado de www.rae.es
- Rey, G. (2003). Ver desde la Ciudadanía. Observatorios y Veedurías de Medios de Comunicación en América Latina. *Revista Probidad* (24), 1-9. Recuperado de <http://www.revistaprobidad.info/024/011.pdf>
- Sánchez García, K., & Díaz, O. (2013). ¿Quién vigila a los que vigilan? Una mirada a los Observatorios de Medios en México y sus recursos para la incidencia política. En *Observatorios Ciudadanos. Nuevas formas de participación de la sociedad* (pp. 201-234). México: UAM / Gernika.
- Vassallo de Lopes, M.I., & Vilches, L. (Eds.). (2008). *Mercados globales, historias nacionales (Informe OBITEL 2008)*. Sao Paulo: Obitel / Globo.

2018: nuevo escenario político para el sistema de medios de Jalisco

JULIO GONZÁLEZ
SERGIO RENÉ DE DIOS

El 3 de agosto de 2018, en sesión extraordinaria, el Consejo General del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana del Estado de Jalisco (IEPCEJ) declaró gobernador constitucional electo a Enrique Alfaro Ramírez para el periodo del 6 de diciembre de 2018 al 5 de diciembre de 2024. El organismo electoral confirmó así los resultados de las elecciones del 1 de julio de ese año, que marcaron una reconfiguración del sistema político estatal. Atrás quedaron tres sexenios gobernados por el Partido Acción Nacional (PAN) y uno, el inmediato anterior, del Partido Revolucionario Institucional (PRI). La gubernatura, la mayoría de alcaldías, diputaciones locales y federales y senadurías quedaron en manos de Movimiento Ciudadano (MC), un partido integrado en parte por exmilitantes del panismo y el priismo.

A la par se registró el triunfo en la Presidencia de la República de Andrés Manuel López Obrador luego de que, en un caso similar a Jalisco, significó cerrar sexenios gobernados por el PRI y el PAN. Su llegada a la titularidad del Poder Ejecutivo federal y la presencia mayoritaria de su partido Morena en el Poder Legislativo federal, y su crecimiento en alcaldías y gubernaturas, marcó otra visión y cambios en la conducción de un México sumido en cri-

sis. Sobre su relación con los medios informativos, apenas tomó posesión en diciembre de 2018 empezó a diferenciarse de sus antecesores con, por ejemplo, sus conferencias de prensa diariamente, por la mañana, y responder, debatir y cuestionar la información mediática que consideraba falsa o distorsionada.

El nuevo escenario abierto en 2018 en el sistema político estatal empezó a influir también en el sistema de medios informativos jaliscienses. Testigos, informantes, opinadores y protagonistas de los acontecimientos que ocurren en Jalisco, las empresas periodísticas tradicionales registraron cambios internos producto de diversos factores, de manera indirecta o directa. Como ejemplos, sin ser los únicos, están la crisis que arrastran en sus modelos de negocios los medios informativos y que produjo cierres de empresas y espacios informativos, y las difíciles condiciones laborales de los periodistas, que incluyen los riesgos que caracterizan a una profesión que, en el caso de la inseguridad pública nacional y estatal, la atestigua y es una de sus víctimas.

A lo anterior se repitió en 2018 otro viejo fenómeno, notorio sobre todo en cada comienzo de sexenio, que consistió en periodistas que dejaron sus empresas informativas para laborar y, en algunos casos, ocupar cargos en oficinas públicas municipales y estatales. Se sumaron de esa forma a decenas de excomunicadores públicos que durante años fueron parte de salas de redacción, cabinas de radio o del trabajo de reporte en la calle, para integrarse, por distintas razones, a oficinas gubernamentales, por lo regular en mejor situación laboral pero ahora con funcionarios públicos como jefes, de quienes anteriormente daban cuenta de sus actividades y a los cuales entrevistaron y, en algunos casos, cuestionaron. En los casos

consignados en este informe, quienes no se mudaron a otros medios se sumaron todos a administraciones surgidas de MC.

Por otro lado, en 2018, algunos profesionales de la información se organizaron para crear proyectos periodísticos y aventurarse al reto en la arena digital, mientras que otros también dejaron de existir apenas pasadas las elecciones.

El triunfo y arribo al gobierno estatal de Alfaro Ramírez también se significó en 2018 por una continuación de relaciones tensas y descalificaciones de su parte contra el trabajo de algunos medios informativos locales y columnistas. Esa confrontación fue más evidente desde su paso por la alcaldía de Guadalajara y prosiguió, en tonos similares, como candidato a la gubernatura y luego se prevé seguirá como titular del Ejecutivo.

PERIODO DE CAMBIOS PARA PERIODISTAS EXPERIMENTADOS

Jaime Barrera: nuevos aires y páginas

El año 2018 fue de grandes cambios para el periodista Jaime Barrera Rodríguez, quien dejó de aparecer como director de *Milenio Jalisco* el jueves 18 de enero de 2018, después de ocupar por ocho años el puesto en ese medio y en el entonces *Público*. A la dirección de este diario llegó su colega Manuel Baeza Sánchez, un profesional de la información con varias décadas de experiencia a cuestas.

Los lectores, la mañana de ese jueves, ya no pudieron leer a Barrera Rodríguez en las páginas de *Milenio Jalisco* debido a que ya no apareció su columna “Radar”. El periódico *El Informador* acogió a Jaime Barrera y el 1 de fe-

brero de 2018 publicó su primera columna en el periódico más antiguo de la ciudad. En su texto titulado “Anticorrupción y 5to. Informe” analizó la gestión del gobernador de Jalisco, Aristóteles Sandoval, desde el ángulo del Sistema Estatal Anticorrupción, de reciente conformación. En su último párrafo hizo alusión a su incorporación:

No puedo dejar de agradecer públicamente a Carlos y Juan Carlos Álvarez del Castillo por la invitación para iniciar en las páginas de *El Informador* la nueva época de “Radar”, con la edición 1617 de esta columna. Gracias también a mis colegas de esta casa editorial Diego Petersen, Jorge Vereza y Eliseo Mora. Mi agradecimiento a los y las amables lector@s que me han acompañado hasta aquí y un saludo festivo a los fieles suscriptores y lector@s de este centenario diario tapatío con quienes me encuentro hoy. Mi agradecimiento siempre a todos por tan cálida bienvenida (Barrera, 2018).

Otro medio de comunicación que le otorgó un espacio —un programa llamado “Desde la Barrera”— fue Canal 44 del Sistema Universitario de Radio, Televisión y Cinematografía (SURTyC) de la Universidad de Guadalajara, que duró menos de seis meses.

El lunes 22 de octubre de 2018 Barrera Rodríguez apareció en otro canal y espacio: en el noticiero local nocturno del canal 4 de Televisa. Junto a Claudia Rebeca Reynoso, conocida también como Becky Reynoso, el exdirector de *Milenio Jalisco* enfrentaría un nuevo reto profesional: la co-conducción de GDL Noticias de la noche. “El nuevo rostro”, así lo calificó la voz de un narrador en un *spot* publicado en Twitter.

Pedro Mellado deja *Mural*

La última columna en el periódico *Mural*, de Grupo Reforma, del periodista Pedro Mellado Rodríguez, profesional de la información con más de 45 años de experiencia, fue publicada el 31 de agosto de 2018.

“Puntos y Contrapuntos”, nombre del espacio de opinión en la sección Comunidad, llegó a su fin con la entrega “Una nueva etapa”. El texto abordaba algunos retos que tendrían Enrique Alfaro Ramírez, entonces gobernador electo en Jalisco, y Andrés Manuel López Obrador, entonces virtual ganador de la presidencia de México. No obstante, Mellado Rodríguez aprovechó las últimas líneas del texto para despedirse:

PUNTO FINAL. Desde hace 20 años *Mural* ha sido el hogar profesionalmente generoso en el que me he esforzado por cumplir, escrupulosamente —en un clima de absoluta libertad—, los imperativos vocacionales y éticos de mis deberes de periodista. Esa etapa concluye hoy. Ha sido muy emocionante y muy honrosa. Gracias (Mellado, 2018a).

El periodista Pedro Mellado continuó con la conducción del programa radiofónico “Política en directo” que se transmite en *Radio Metrópoli* por la frecuencia 1150 AM.

En sus redes sociales, horas antes de que se publicara su último texto en el impreso de *Mural*, el periodista publicó una reflexión: “En el periodismo, una época concluye y otra no termina de llegar. La comunicación de masas personalizada y la conectividad permanente rompen paradigmas. Veamos el pasado sin nostalgias y el futuro sin

miedos, con curiosidad y optimismo, pues hay un mundo nuevo que construir”.

Apenas trascurrieron dos meses del punto final de la opinión escrita por este experimentado periodista cuando volvió a publicar su columna “Puntos y Contrapuntos” en otro espacio, aquella entrega se tituló “Sin piedad para los pobres y desvalidos”. Desde el 1 de octubre de 2018 Mellado Rodríguez colabora en el portal digital *Partidero*.

Se van de *Milenio Jalisco* dos de sus fundadores

Los dos reporteros con más experiencia que trabajaban en *Milenio Jalisco* dejaron la redacción, oficina ubicada en Calzada del Águila, número 81-Z. Maricarmen Rello y Agustín del Castillo, por distintas razones, cerraron un ciclo en 2018, coincidiendo con el año electoral.

En el caso de la periodista Maricarmen Rello, especializada en temas de salud, puso en pausa su carrera periodística para incorporarse a la administración pública estatal como directora de comunicación institucional de la Secretaría de Salud Jalisco a partir del 6 de diciembre de 2018.

El otro caso fue más bien agridulce. Dos meses antes, el 2 de octubre de 2018, el reportero Agustín del Castillo, especialista en temas ambientales, publicó una carta en sus redes sociales en la que hacía del conocimiento de todos sus pensamientos sobre su salida, luego de 21 años de trabajar en lo que fuera *Siglo 21*, *Público* y *Milenio Jalisco*. Además de los agradecimientos a sus compañeros y a quienes lo apoyaron en esa etapa profesional, el reportero compartió sus reflexiones sobre su profesión:

Estos poderes hoy buscan la domesticación de una profesión que solamente es útil si es rebelde y si asume el riesgo de ejercer el sagrado pero (la paradoja insoluble) profanador derecho a disentir; a decir no, a no estar de acuerdo, a exigir por la vía de las pruebas tangibles que se clarifiquen las verdades sospechosas e, incluso, a equivocarse bajo el peso de evidencias ignoradas u ocultas que salen a la luz bajo una afanosa labor de investigar, de provocar, de alumbrar cavidades, de picar piedras, de mantener el agua gota a gota, de molestar, de persistir.

Saludo a los amigos y compañeros de este periplo dulce y amargo. Muchos se fueron antes, otros se quedarán. Todos sabemos que más allá de los avatares del mercantilismo, la conveniencia, el activismo y el oficialismo, la censura y la posverdad, hay fuertes batallas por librar a favor del periodismo y de su esencia ética que es la información honesta y rigurosa, a pesar de nuestras ideas del bien y del mal, de nuestros compromisos políticos o económicos, de nuestras fes particulares y de la eventual moralidad de nuestras causas.

Admito que toda duda es disolvente, pero entraña la posibilidad de verdad que demanda el edificio de las democracias, perpetuamente amenazadas de zozobra entre las tormentas delirantes desatadas por sus volubles redentores (que en política siempre son falsos) o de hundirse en el despeñadero de los absolutos (igualmente falaces, pues niegan la complejidad de lo heterogéneo que conforma como mosaico eso a lo que llamamos realidad).

Del Castillo fue invitado por Bruno López a escribir en la publicación política *El Respetable*. Su primera columna la tituló “La polis verde y la autocracia que viene”, donde escribió una dedicatoria “a los amigos que se quedan en *Milenio Jalisco*, con el deseo de que el periodismo salga adelante del desafío”. También en el Canal 44 de la Universidad de Guadalajara comenzó a transmitir “Territorio Reportaje”, un programa especializado en temas ambientales; además, en la misma televisora se incorporó a “En controversia”, una mesa de discusión política.

El reportero cerró el año con un reconocimiento a su trabajo. “Con el reportaje ‘Región wixárika: la invasión de los señores de la amapola’, Agustín del Castillo Sandoval ganó el Premio Jalisco de Periodismo 2018. Es la tercera vez que lo obtiene (1996 y 2006, las ocasiones anteriores) en sus ya casi 30 años de ejercicio profesional” (Vázquez, 2018).

A finales de 2018 Agustín del Castillo fue contratado por *El Diario NTR Guadalajara*, pero fue hasta el 3 de enero de 2019 cuando regresó a publicar en un medio impreso.

SE MUDAN A OFICINAS GUBERNAMENTALES

“Hoy cierro una etapa en mi vida profesional”, anunció al aire el periodista radiofónico Ricardo Camarena al despedirse de su auditorio. “Tomé la decisión de emprender un camino distinto al andado durante los últimos años”, dijo en el programa “Buenos días” de Radio Metrópoli. “Muchas gracias por permitirme tener un acercamiento con usted a través de estos micrófonos”, y añadió: “Muchas gracias de la familia Díaz, de la que recibí incontables muestras de apoyo y generosidad; a mis compañeros, que

con el devenir del tiempo y el cariño se convirtieron en amigos. Muchas gracias, Gris (Gricelda Torres Zambraño), por el tiempo compartido, especialmente en “Buenos días” Metrópoli, por tu apoyo, por tu generosidad y por tu ejemplo”.

Ganador en 2017, con Mireya Blanco, Víctor Montes y Gricelda Torres, del Premio Jalisco de Periodismo en la categoría de reportaje por su investigación “Huérfanos del feminicidio”, Camarena concluyó en su despedida: “Fui muy feliz y me retiro con el orgullo, con la gran satisfacción de haber formado parte de este extraordinario equipo de trabajo. A todos, muchas gracias”.

Ricardo Camarena se incorporó en octubre de 2018 como director de Información en la Dirección de Comunicación Institucional del Ayuntamiento de Guadalajara, en la administración de Ismael del Toro.

De *El Diario NTR de Guadalajara (NTR)* partieron en 2018 dos periodistas a trabajar en oficinas municipales: Roberto Medina Polanco, quien era editor de la sección local del impreso, denominada ZMG, y la reportera Grettel Rosales, que cubría informativamente el gobierno estatal y la agenda del gobernador en turno. Ambos renunciaron a sus puestos en el medio impreso y migraron a la administración pública.

Medina Polanco tenía 11 años de periodista. Laboró en *El Informador*, *Crónica Jalisco*, *Radio Fórmula*, *El Tren* y *NTR*, donde se hizo cargo de la sección local, la que más espacio tiene en el impreso y cuenta con el mayor número de reporteros para las coberturas. Laboró en la empresa de origen zacatecano hasta octubre de 2018 e ingresó como asesor en el área de Comunicación del Ayuntamiento de Zapopan, en la administración del alcalde Pablo Lemus.

A su vez, Grettel Rosales tenía como antecedente laboral su paso como reportera y editora en el periódico *Mural*. Después fue contratada por *El Diario NTR de Guadalajara* como reportera. Al comenzar el sexenio del gobernador Alfaro Ramírez fue contratada en la Fiscalía General del Estado, a cargo de Gerardo Octavo Solís Gómez, donde ingresó a la Dirección de Comunicación Social como coordinadora de Atención a Medios.

Del periódico más longevo de Jalisco, *El Informador*, salió en noviembre de 2018 una de sus reporteras con mayor experiencia en ese medio. Se trata de Thamara Villaseñor, quien laboró ahí 14 años y cubrió durante un largo periodo la fuente relacionada con la salud. Se sumó a una de las áreas del equipo de Comunicación Social del Ayuntamiento de Tlajomulco, en la naciente administración del exdiputado federal de MC, Salvador Zamora.

PROYECTOS PERIODÍSTICOS DE CORTE POLÍTICO: ENTRE EL SURGIMIENTO Y LA DESAPARICIÓN

***Partidero*, un sitio digital con periodistas de trayectoria**

Con el cierre de la revista *Proceso Jalisco* en 2017 algunos periodistas de esa legendaria publicación decidieron abrir otro medio impreso: *Punto Rojo*, revista de la cual hablaremos más adelante porque hubo otro grupo que se organizó para fundar *Partidero*, un sitio de periodismo digital.

El portal comenzó a publicar contenidos, a cuentagotas, a partir del 1 de febrero de 2018, a raíz del quinto informe de gobierno del gobernador de Jalisco, Aristóteles Sandoval Díaz. Siguieron con ese ritmo los meses de marzo y abril.

No obstante, *Partidero*, bajo la coordinación de los experimentados Felipe Cobián, Esperanza Romero y Gloria Reza, dio a conocer el 10 de mayo de 2018 el lanzamiento de este proyecto. En Twitter —su cuenta es @Partiderode10— publicaron: “Los invitamos a conocer nuestra propuesta periodística”, y adjuntaron el enlace del medio. En ese mes publicaron 17 contenidos. Ellos describen a *Partidero* como “un nuevo sitio o página web creada y sostenida por periodistas que tenemos, como propósito esencial, brindar información del acontecer cotidiano en nuestra sociedad y su entorno urbano, regional y nacional, principalmente” (“Quiénes somos”, s.f.).

Ahí mismo, como un ejercicio de transparencia con los usuarios, comparten su línea editorial:

[...] plural, sin partidismos ni tendencias ideológicas de ninguna naturaleza será *Partidero*; sin mecenas de cualquier origen. Quienes lanzamos este proyecto respondemos por nosotros mismos, por nuestro ser y quehacer periodístico que venimos desempeñando desde hace años en distintos medios que han blandido sólo la libertad de expresión con el sólo ánimo de informar lo más apegado a la verdad [...] La única limitante será el respeto a la ética, a la verdad, a la justicia y a la intimidad de las personas.

Sus secciones son: Portada, Urbe, Región (Jalisco, Occidente), Nación (Centro, Estados), Política, Deportes (Más que un juego), Cultura, Orbe (América Latina, Asia, Estados Unidos, Europa) y Criterios.

Partidero cuenta con una lista de colaboradores que publican textos de opinión: Felipe Cobián, Esperanza Ro-

mero, Eduardo González, Francisco Castellanos, Gabriel Orihuela, Gloria Reza, Josefina Real, Juan M. Negrete, Pablo Vázquez, Pedro Mellado, Tzinti Ramírez Reyes, Andrés Gómez Rosales, Bernardo Jiménez y Cuauhtémoc Arista, además de las ilustraciones de Saúl Herrera *Qucho*.

Este sitio nativo dice “brindar opiniones calificadas de distintos autores, y actores, sobre el devenir de los hechos que nos atañen o tienen interés periodístico que pueden contribuir a formar criterios en la opinión pública” (“Quiénes somos”, s.f.). Quienes integran este medio se han desempeñado en radio, algunos en televisión y la mayoría en prensa de empresas periodísticas locales. En el caso de Felipe Cobián, este compartió la redacción con Julio Scherer García en la revista *Proceso*.

Después de elecciones, la revista *Punto Rojo* desaparece

“Apenas había cumplido medio año de existencia y en su número 10, del 1 de julio, la revista *Punto Rojo*, que tenía todo para crecer y posicionarse en el mercado de lectores, sobre todo talento humano sobresaliente, desaparece desde ahora”, consignó Felipe Cobián (2018, párr.1) en un texto publicado en *Partidero*.

La revista *Punto Rojo* había sido fundada por su excompañero en *Proceso Jalisco* Alberto Osorio, quien desde los últimos meses de 2017 había estado trabajando en el lanzamiento de una publicación con alcance nacional (se buscó su distribución en Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey). En la portada de su primer número aparecía que su costo era de 50 pesos; se distribuía en Sanborns, otros locales establecidos y con voceadores en algunos crucesos.

El 12 de enero de 2018, en un salón del hotel Fiesta Americana de la Minerva, el grupo de periodistas presentó la revista ante políticos, empresarios y personalidades de la capital jalisciense. En la portada de su primer número aparecía una joven enmascarada; la fotografía —de Graciela Iturbide— se presentaba en blanco y negro.

En sus páginas se pudo leer un editorial, textos sobre seguridad y democracia (de la autoría del doctor Roberto Castelán Rueda); un análisis sobre la tercera contienda del entonces precandidato por la coalición Juntos haremos historia, Andrés Manuel López Obrador; otro sobre el perfil y las ideas del candidato de la coalición Por México, al Frente, Ricardo Anaya; entre otros.

Punto Rojo buscó atraer a lectores de las tres ciudades con textos locales. Por ejemplo, su segundo número (en la que tenían como portada una ilustración del director de cine tapatío Guillermo del Toro) contenía un texto titulado “Sheinbaum y Barrales, pleito por la CDMX”, mientras que en el tercero su tema principal fue los feminicidios en el país y el secundario, los desaparecidos en Jalisco.

En una entrevista para “Revista Jalisco”, semanario cívico de C7, el periodista Alberto Osorio dijo que el objetivo de *Punto Rojo* era ofrecer información de contenido; que sirva de acompañamiento a la sociedad en sus distintos procesos.¹

El artículo de Cobián, titulado “Revista *Punto Rojo* llega a su fin”, se publicó el 3 de julio de 2018, justo dos días después de las elecciones en los planos federal y estatal. Justo por ello el periodista soltó algunas dudas generadas

1. La entrevista se puede ver en: <https://www.youtube.com/watch?v=AJWw2dPPcw8>

ante la coincidencia del cierre del medio de comunicación y el culmen del proceso democrático: “Raro que esta publicación que empezó siendo mensual y que recientemente cambió de quincenal a semanal, su propietario decidiera cerrarla, justo después de las elecciones” (2018, párr.6).

El empresario José Félix Tarín, quien era propietario de la publicación, lo es también del periódico *Solo Ofertas*, una publicación impresa de anuncios con productos y servicios; además, ha impulsado otras publicaciones como *El Gratuito*, que en 2011 imprimía “100 mil ejemplares distribuidos en 20 municipios de Jalisco y en 80 farmacias Benavides en la zona metropolitana de Guadalajara” (Paláu, 2012, pp. 70-71).

El equipo de *Punto Rojo* estaba nutrido por experimentadas plumas, un ilustrador y fotógrafos que hacían una amalgama con jóvenes periodistas en vías de su consolidación profesional. La lista es larga: *Qucho*, Javier Ramírez, Juan José Doñán, Jorge Covarrubias, Anna Gilda Lozano, Raymundo González, Luis Enrique Sánchez, Ernesto Castro, Sergio Hernández, César Huerta, Melva Frutos (corresponsal en Monterrey), Nivia Cervantes, Luis Hernández, Víctor Hugo Valdivia, Jesús Sánchez, Erandini Aparicio, Augusto Chacón y Eduardo González, así como los fotógrafos Rafael del Río y Arturo Campos.

TENSIÓN CON EL GOBERNANTE EN TURNO

La violencia en 2018 causó en México el asesinato de 12 periodistas. En ese contexto, medios informativos y periodistas mantuvieron tirante relación con el candidato de MC y luego gobernador, Enrique Alfaro Ramírez. El 3

de enero de ese año, en plena campaña electoral, acudió al programa “Forma y Fondo” de Radio Metrópoli a una entrevista con los periodistas Mario Muñoz y Jorge Octavio Navarro, a quienes con base en una “carpetota” que cargaba les reclamó las menciones que eran “negativas a su administración”. Pese a que pudo hacer uso de su derecho de réplica en esos meses, el alcalde con licencia nunca lo hizo, aunque sí llegó con la espada desenvainada contra los conductores del programa.

Meses atrás, el 2 de junio de 2017, Alfaro Ramírez descalificó a tres medios informativos locales. “Quiero ver a todos esos que escriben tantas cosas de mí, al *Mural*, al *NTR*, a *La Crónica*, a todas esas basuras que escriben cosas todos los días, denigrando, ofendiendo, atacando. Quiero ver qué han hecho ellos como esto (las obras), que les lleve a los talones para cambiar la realidad” (Montiel, 2017).

También aseguró, sin el menor asomo de autocrítica, que su proyecto era

[...] de las últimas esperanzas que quedan en este país; no exagero, de las últimas esperanzas que quedan, y a veces cuando uno ve eso [las críticas de los medios informativos]; cuando uno se da cuenta que todo el día están dando y dando y dando para ver si te doblas, hay veces que uno termina en la noche y dices, “¿qué necesidad tengo de esto?”

En octubre de 2018, en un comunicado dirigido al gobernador Aristóteles Sandoval, la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (Amedi) Capítulo Jalisco llamó la atención sobre el periodismo crítico como necesario para lograr una sociedad informada y participativa. “La

libertad de expresión de las personas que realizan labores periodísticas debe ser respetada por las autoridades, quienes además deben abstenerse de alimentar el odio contra los periodistas y los medios de comunicación en un contexto en que estos son con frecuencia agredidos por realizar su trabajo”. La asociación planteó que esperaba que en el próximo gobierno respetara la labor de este gremio “y a través del Ejecutivo se impulsen iniciativas para protegerlos frente a las amenazas de las que son objeto” (Hernández, 2018).

CONCLUSIONES

La estabilidad laboral es cosa del pasado para una parte de los profesionales de mayor trayectoria en el gremio en Jalisco. 2018 fue un año de cambios para periodistas experimentados en el Área Metropolitana de Guadalajara. Coincide con el año electoral y por lo tanto no podemos dejar este factor fuera de la ecuación. Añadamos que ser periodista en los tiempos actuales significa vivir en la incertidumbre.

Para la mayoría de los periodistas las condiciones laborales en Jalisco continuaron siendo difíciles en 2018. Con sueldos bajos, salvo algunas excepciones; sin todas las prestaciones por trabajar bajo el esquema de *outsourcing* o con recibos de honorarios, con jornadas laborales que rebasan las ocho horas diarias, en ocasiones con climas de trabajo de mucha presión y hasta violencia verbal, con dos empleos para poder sobrevivir, con el riesgo permanente de ser parte del personal despedido, la situación fue uno de los factores que influyeron para el traspaso de profesionales de la información a las oficinas gubernamentales.

En 2018 la nueva administración pública, ahora la de MC, absorbió por diversas circunstancias a periodistas experimentados y líderes en la cobertura de algunos temas. Se trata de un fenómeno más notable por lo menos desde los años ochenta. Profesionales de la información dejaron su labor periodística para convertirse no solamente en directores o empleados en áreas de comunicación social sino incluso para ocupar cargos de diputados y presidentes municipales.

La salida de Jaime Barrera, quien ha tenido desencuentros con el hoy gobernador de Jalisco, Enrique Alfaro, no es gratuita. Tampoco la salida de Agustín del Castillo del mismo diario. Este último ha colocado en su agenda los problemas de territorio, el impacto de los desarrollos inmobiliarios, la ineficiente planeación urbana y los temas medioambientales, entre otros, que significaron incluso debates públicos con funcionarios, como sucedió con el Ayuntamiento de Guadalajara durante el periodo de Enrique Alfaro.

Seguimos observando los “guiños” de los dueños de algunos medios de comunicación al grupo gobernante en turno, o a quienes encabezaron las encuestas en el proceso electoral, y también los mensajes de independencia que otros quisieron dar, como el caso de *El Informador* al sumar a Jaime Barrera a sus filas, apenas unos días después de haber sido despedido de Grupo Milenio.

En cuanto a quienes fundaron *Punto Rojo* y *Partidero* es de especial atención que provienen de la crisis y cierre de la edición jalisciense de la revista *Proceso*. Fundar ambos medios, uno híbrido (impreso-digital) y otro nativo digital, se puede interpretar como actos de resistencia ante la pauperización de la calidad de los empleos en el sector. No

obstante, *Punto Rojo* se suma a la lista de proyectos que surgen en un año electoral y desaparecen precisamente después de las elecciones.

Por último, con base en los antecedentes narrados, el pronóstico es que el sexenio de Enrique Alfaro será de continua tirantez con algunos medios informativos y periodistas, especialmente los que son críticos a su gestión y a los que suele menospreciar. Con una política de comunicación pública promovida con énfasis por empresas privadas que paga el erario, parecieran esperarse tiempos difíciles para el ejercicio de la libertad de expresión en Jalisco.

REFERENCIAS

- Barrera, J. (2018, 1 de febrero). Anticorrupción y 5to. Informe. *El Informador*. Recuperado el 15 de abril de 2019 de <https://www.informador.mx/ideas/Anticorrupcion-y-5to.-Informe-20180201-0042.html>
- Cobián, F. (2018, 3 de julio). Revista Punto Rojo llega a su fin. *Partidero*. Recuperado el 23 de abril de 2019 de <https://partidero.com/revista-punto-rojo-llega-a-su-fin/>
- Entrevista, Alberto Osorio, Director de Revista Punto Rojo, 16 enero 2018. *YouTube*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=AJWw2dPPcw8>
- Hernández, M. (2018, 12 de octubre). Exhortan a respetar libertad de expresión. *El Diario NTR de Guadalajara*. Recuperado de https://www.ntrguadalajara.com/post.php?id_notas=110266
- Mellado, P. (2018a, 31 de agosto). Una nueva etapa. *Mural*. Recuperado el 15 de abril de 2019 de <https://www.mural.com/aplicacioneslibre/preacceso/ar->

ticulo/default.aspx?__rval=1&urlredirect=https://www.mural.com/aplicaciones/editoriales/editorial.aspx?id=141193&referer=--7d616165662f3a3a-6262623b727a7a7279703b767a78--

- Mellado, P. (2018b, 1 de octubre). Sin piedad para los pobres y desvalidos. *Partidero*. Recuperado el 16 de abril de 2019 de <https://partidero.com/sin-piedad-para-los-pobres-y-los-desvalidos/>
- Montiel, A. (2017, 3 de junio). Enrique Alfaro arremete contra diarios locales. *El Diario NTR de Guadalajara*.
- Paláu, S. M. (2012). Modificaciones en el sistema de comunicación local en la coyuntura de las elecciones de 2012. En J. L. Fuentes & M. S. Paláu (Coords.), *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2012* (pp. 65–80). Guadalajara: ITESO.
- Quiénes somos (s.f.). *Partidero.com*. Recuperado el 16 de abril de 2019 de <https://partidero.com/partidero-quienes-somos/>
- Vázquez, F. (2018). Agustín del Castillo, el periodista que va más allá de la periferia. *Okupo+*. Recuperado el 22 de abril de 2018 de <http://okupo.mx/agustin-del-castillo-periodista-va-mas-alla-la-periferia>

II. Derecho a la información

Regular el gasto en comunicación social: la llave que nadie quiere cerrar

JOSÉ BERNARDO MASINI AGUILERA

ANTECEDENTES FEDERALES

El gasto en comunicación social y su urgente regulación han sido temas recurrentes en los corrillos políticos de los últimos años en todos los niveles e instancias de la administración pública. El adagio de que gobernar es comunicar se ha prestado históricamente a la interpretación que mejor ha convenido a partidos y personajes en general, pero ha tenido una constante: el flujo de dinero público hacia las arcas de los medios de comunicación o de empresas creadoras de contenidos audiovisuales o digitales. En la mayoría de los casos esta inercia ha incrementado los montos erogados sin que haya manera rigurosa o verosímil de comprobar su efectividad.

Las indagaciones del centro de análisis e investigación Fundar estiman que el gasto del gobierno de Enrique Peña Nieto (2012–2018) en este rubro rebasó la cota de 60 mil millones de pesos (mdp) a lo largo de su sexenio (Tourliere, 2018). La cifra es prácticamente el triple de los más de 21 mil mdp que gastó Felipe Calderón (2006–2012), quien a su vez gastó más del doble de los 10 mil mdp erogados en el sexenio de Vicente Fox (2000–2006). La espiral inflacionaria de este fenómeno tiene correlatos proporcionales en casi todos los estados del país, así como en sus respectivos

municipios. El saldo sugiere un claro ganador —los dueños de los medios privados—; un claro perdedor —los contribuyentes— y un perdedor más que no se atreve a reconocerlo y a revertir esta práctica: la clase política que siente la necesidad de apuntalar su imagen pública a partir de una “sana” relación con los medios de comunicación construida a base de la entrega de millones de pesos. Este doloso intercambio en los últimos años no ha favorecido una percepción benévola de los personajes políticos de parte de la opinión pública, ni mucho menos ha evitado la alternancia en el poder. Tanto en la Presidencia de la República como en la gubernatura de Jalisco se han sucedido en los últimos tres sexenios tres fuerzas políticas distintas.

Frente a este escenario no han faltado voces que han exigido regulación y sobriedad. Organizaciones de la sociedad civil, académicos, periodistas y organismos internacionales que evalúan la eficacia de la función pública han señalado la necesidad de establecer toques, pero también indicadores de eficiencia y control para determinar las proporciones adecuadas en la materia. Si bien algunos especialistas han sugerido de plano eliminar las erogaciones hacia los medios en el entendido de que las oficinas de comunicación social pueden y deben crear estrategias orgánicas de comunicación basadas, por ejemplo, en el ágora digital, la mayoría considera que sí se justifica la compra de algunos espacios en medios tradicionales. Sin embargo, también apuntan que este gasto debe ser más austero y aplicado con criterios más racionales.

Esta discusión fue una de las consecuencias naturales de la reforma en materia de telecomunicaciones hecha entre 2013 y 2014, que dio lugar a una reforma constitucional y

a la aprobación de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. El reclamo ciudadano de ese entonces señaló al gasto en comunicación social como una de las asignaturas pendientes de la coyuntura. La presión sobre la clase política se materializó en la aprobación de la Ley General de Comunicación Social, publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 11 de mayo de 2018. Este ordenamiento legal, sin embargo, no sostuvo el espíritu de las causas que le dieron origen, antes bien pareció una simulación en el marco del proceso electoral que corría simultáneamente. Los términos en que fue aprobada la hacían contradictoria y torpe: un galimatías legal que no impediría que continuara el derroche. Por ello los miembros de la sociedad civil interesados en el tema la apodaron “Ley Chayote”, pues por la vía de los hechos prolongaba la existencia del “chayote”, término coloquial para referirse a los sobornos o estímulos en especie que una dependencia pública hace llegar a los periodistas o a los medios que les dan cobertura, con el afán de hacerse de valoraciones positivas sobre su trabajo.

Ahora bien, por tratarse de una ley general había consecuencias insoslayables para los estados de la república. A diferencia de una ley federal, que regula solamente cuanto corresponde al ámbito nacional, las leyes generales tienen repercusiones de aplicación y normatividad en los ámbitos locales. Por ello Jalisco, al igual que el resto de los estados, recibió la encomienda de elaborar una legislación propia. El transitorio Tercero de la referida ley estableció un plazo de 90 días para que los estados asumieran la tarea y contaran con una normativa que entrara en vigor el 1 de enero de 2019.

CADA QUIEN SU INICIATIVA

Ese es el marco en el que algunas fuerzas políticas representadas en la LXI Legislatura del Congreso de Jalisco (2015-2018) impulsaron sus respectivas iniciativas. Durante junio se hizo pública la existencia de cuatro proyectos: uno del Partido Revolucionario Institucional (PRI); uno del Partido de la Revolución Democrática (PRD); uno del Partido Verde Ecologista de México (PVEM), y uno del diputado independiente Pablo Torres Guízar, quien durante la coyuntura electoral fungió como suplente de José Pedro Kumamoto Aguilar. Esta última iniciativa se había elaborado en diálogo con el Capítulo Jalisco de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (Amedi Jalisco), con base en experiencias previas en estados como Chihuahua y después de consultar a organizaciones especializadas como Fundar y Artículo 19.

Las generalidades de cada una de las iniciativas trascendieron en la prensa en los días sucesivos. La tarea no se limitaba a regular el gasto, sino a dar un marco general que permitiera institucionalizar las labores de comunicación social que involucraban a las dependencias públicas de Jalisco. Ello hacía necesarias acciones como la creación de un consejo consultivo estatal que revisara el cumplimiento de la ley que se aprobara; la creación de un padrón estatal de medios, y la obligatoriedad para los medios de contar con un defensor de sus audiencias o de sus lectores, en consonancia con lo que dispone la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, entre otros aspectos. Los especialistas aportaron sus impresiones sobre cada proyecto en los días sucesivos. En ese sentido es importante señalar que algunos representantes del gremio

periodístico reclamaron a todos los involucrados por no haberlos consultado de manera directa antes de elaborar sus propuestas.

Luego de la jornada electoral del 1 de julio Pedro Kumamoto retomó su escaño en el Congreso. Por ello correspondió a él, en compañía de representantes de Amedi Jalisco, presentar la iniciativa de decreto que crearía la Ley de Comunicación Social y Publicidad Oficial del Estado de Jalisco y sus Municipios el 8 de agosto de 2018. Ese mismo día trascendió la existencia de una quinta propuesta elaborada por la bancada del Partido Acción Nacional (PAN), aunque trascendió también que esta se fusionaría con las referidas del PRI, el PRD y el PVEM para integrar un solo documento que haría contrapeso a la iniciativa del diputado Kumamoto. Este proyecto conjunto fue presentado formalmente el 15 de agosto como un acuerdo de la Comisión de Puntos Constitucionales que proponía la creación de la Ley de Comunicación Social del Estado de Jalisco. Dos preguntas saltaron entonces entre los interesados en el tema. La primera era por la postura del partido Movimiento Ciudadano (MC), toda vez que se trataba de la bancada más numerosa del Congreso y no se había pronunciado. La segunda era cuándo y cómo se llevaría a cabo la discusión en el pleno, pues los partidos tenían condiciones para aplicar un madrugete y eventualmente aprobar la iniciativa colegiada, desestimando la del diputado independiente.

Los términos de cada una de las propuestas daban luz sobre el rigor de su respectiva elaboración y su fundamentación. La que integró el equipo de Pablo Torres/Pedro Kumamoto partía de los diagnósticos federales en la materia y aterrizaba en la realidad local. Reconocía las bondades de la Ley de Austeridad y Ahorro del Estado

de Jalisco, aprobada en 2014, cuyo artículo 13 establecía algunos lineamientos para regular el gasto en comunicación social de los ahí mencionados como sujetos obligados. Pero no establecía mecanismos de aplicación o evaluación ni sanciones para quien rebasara los topes propuestos. También en su exposición de motivos hacía un recuento de la espiral inflacionaria del gasto tan solo en los años correspondientes a la administración de Jorge Aristóteles Sandoval Díaz como gobernador de Jalisco. Entre abril de 2013 y junio de 2018 el gobierno del estado había erogado ya 1,107 mdp en la materia, según los datos proporcionados por la propia Secretaría de Administración, Planeación y Finanzas (Sepaf).¹

Los montos asignados y gastados cada año superaban al del inmediato anterior, con excepción del correspondiente a 2016. Luego de los resultados adversos para el PRI en el proceso electoral de 2015, Sandoval Díaz llamó a un ejercicio de autocrítica que se materializó en algunos ajustes en su proyecto de gobierno. Uno de ellos fue la ligera reducción de este rubro, que pasó de 211 mdp erogados en 2015 a 181 mdp en 2016. Si bien no se trató de un recorte significativo —fue del orden de 14%— se asentó el hecho de que el gobierno podía resolver sus necesidades comunicativas con menos dinero del que se adjudicaba anualmente.

Por su parte, la iniciativa suscrita por los cuatro partidos referidos arriba integró su exposición de motivos en lógica de palimpsesto. Se limitó a concatenar la transcripción de las cuatro exposiciones individuales de sus documentos

1. Cfr. Congreso de Jalisco, 2018a, p.6.

originales, sin algún tipo de ilación o estructura argumentativa que las encauzara como una propuesta construida de manera colegiada. De hecho 33 de las 43 páginas de la iniciativa corresponden a ese “*copy-paste*” apenas articulado con frases sueltas que presentan cada uno de los fragmentos. En cuanto a los motivos de cada fracción parlamentaria, el PRI y el PVEM se limitaron a señalar la necesidad de atender el ya mencionado artículo Tercero transitorio de la Ley General de Comunicación Social. El texto del PAN presentó una estructura más acorde con lo que se espera de una exposición de motivos: colocó un estado de la cuestión con datos pertinentes tanto en el plano local como en el nacional. También proporcionó un diagnóstico bien sustentado de la espiral inflacionaria del gasto en comunicación social del estado de Jalisco en el sexenio que corría, en un espíritu similar a la iniciativa de Pablo Torres/Pedro Kumamoto. Por su parte, el texto presentado por el PRD llamó la atención por sus términos, más apegados a la lógica de un proyecto de investigación académica que a la de una iniciativa de ley. El documento contiene apartados como objeto, marco teórico, metodología, marco jurídico internacional, contexto y problemática nacional, problemática estatal, propuesta y posibles repercusiones.² En todo caso se hizo evidente la diversidad en la lógica de construcción de cada una de las propuestas que se habían unificado.

2. Cfr. Congreso de Jalisco, 2018b.

COINCIDENCIAS Y DISCREPANCIAS ENTRE LAS INICIATIVAS

Como se señaló antes, la tarea de regular la comunicación social en Jalisco derivó de la aprobación de una ley general que, por serlo, estableció un piso y un horizonte referencial que debía replicarse en sus correlatos estatales. Por esa razón, independientemente del espíritu, el rigor o los intereses que guardara cada uno de los dos proyectos presentados, es posible reconocer algunas coincidencias en sus contenidos. La primera de ellas, por elemental que parezca, es aludir en sendas exposiciones de motivos a los artículos transitorios de la denominada “Ley Chayote”. A su vez, en ambos documentos se colocaron datos sobre estudios que evaluaron el gasto en comunicación social de los gobiernos estatal y federal. Uno y otro suscriben la necesidad de establecer mecanismos de austeridad en la materia, aunque la manera de lograrlo se propone mediante recursos diferentes. En ese sentido coinciden en establecer un tope a lo que las instancias públicas jaliscienses podrán erogar en publicidad y medios, si bien la iniciativa de los partidos lo hace de manera ambigua.

La necesidad de crear un consejo consultivo reconocido como interlocutor institucional es otro rasgo compartido en las dos iniciativas. También lo es la restricción de difundir los nombres, las imágenes, las voces o los símbolos que aludan a funcionarios o a sus partidos políticos durante las campañas electorales locales o federales. Se trata, dicho sea de paso, de una de las consonancias más relevantes con las leyes generales en materia de función pública, comunicación social y procesos electorales. En ese mismo sentido las propuestas reproducen el lineamiento federal que limi-

ta la difusión de actividades y “logros” característica de los informes de gobierno. Estas campañas de comunicación deberán limitarse a cinco días previos y cinco días posteriores a la rendición del informe del titular del Ejecutivo, sea estatal o municipal.

En cuanto a las carencias comunes, una que conviene señalar es la falta de la prohibición explícita de la publicidad engañosa o encubierta. Si bien puede argumentarse que la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión cubre este aspecto, habría sido idóneo un refuerzo normativo local. Una última coincidencia corresponde a las previsiones que deben tomar o considerar los entes públicos en materia de comunicación en situaciones de emergencia. La colaboración con los medios privados y la cautela en el flujo de información que evite situaciones de pánico innecesario están planteadas en términos muy similares en ambos documentos.

Por otro lado, algunos componentes de la iniciativa presentada por Pablo Torres/Pedro Kumamoto no solo la distinguen de su contraparte, sino que a juicio de quien esto escribe la convierten en la propuesta mejor delineada en el mapa nacional en materia de regulación del gasto en comunicación social. La primera aportación significativa tiene que ver con el tope explícito que se consigna para ello, que anualmente correspondería a 0.1% del total del presupuesto estatal. De esa manera, si el presupuesto global del estado de Jalisco en 2019 ascendió a 116,946 mdp (Rivas Uribe, 2018), el gobierno estatal no podría gastar más de 116.94 mdp en publicidad. En cuanto a lo que un titular de Poder Ejecutivo podría gastar en comunicación relacionada con su informe anual de gobierno, propuso

como tope 5% del total del presupuesto anual en comunicación social del municipio o de todo el estado.

A su vez la iniciativa planteó requisitos para los medios de comunicación que pretendan ser contratados por entes gubernamentales. Entre ellos se cuenta el registro en un padrón estatal de medios, cosa que también contempla la propuesta de los partidos, con la diferencia de que este documento incluye el registro de empresas que administran publicidad en la vía pública (espectaculares, mamparas, anuncios en puentes peatonales, etc.). Estos medios también tendrían que contar con un código de ética; una defensoría de sus audiencias o de sus lectores, y mecanismos para garantizar el derecho de réplica. Las oficinas de comunicación social habrían estado obligadas a justificar su pauta de contratación de espacios publicitarios, y en ella deberían dar prioridad a los medios públicos y los comunitarios por encima de las concesiones comerciales.

Otro de los elementos que llamaron la atención en el documento presentado por la diputación independiente fue la exigencia a los medios de invertir el equivalente a 20% de sus ingresos por concepto de publicidad gubernamental en la capacitación de sus empleados. Se trató de una medida que intenta profesionalizar y dar certidumbre al oficio periodístico local, en el entendido de que el gremio padece una consabida marginación salarial y dispone de pocas oportunidades de actualizarse sin menoscabo de sus tiempos de trabajo. Junto a esta disposición se propuso el candado con el cual las empresas que no tuvieran a sus periodistas inscritos en un sistema de seguridad social no podrían ser contratistas del gobierno. Si bien se reconoció el espíritu de la medida, también se señaló la posibilidad de que esta excediera el ámbito de aplicación de la ley

propuesta al abordar aspectos relacionados con la Ley Federal del Trabajo.

Por su parte, la iniciativa presentada por los partidos incluyó una bondad nada desdeñable: la prohibición para las instancias públicas de convenir el pago de créditos fiscales a través de la prestación de servicios de publicidad o similares. Por lo demás, el resto del documento se planteó en términos ambiguos, o bien con omisiones significativas. Entre estas se encuentra el hecho de no señalar como sujetos obligados en materia de transparencia a las entidades privadas que reciban partidas de publicidad oficial. Tampoco plantea una definición precisa de lo que ha de entenderse por propaganda electoral, e incluso renuncia a regularla por considerarla materia de otras normativas. Esta “trasferencia de atribuciones”, por la que se justifica la no-regulación de aspectos de la comunicación social en atención a lo que dispongan otras normas vigentes, es trasversal en todo el documento.

Otras ambigüedades se encontraron al aludir al padrón de medios, del que no queda claro si Jalisco replica el padrón federal o si ha de constituir uno propio. Nada se menciona sobre su eventual funcionamiento ni sobre la instancia que habría de administrarlo. Tampoco es afortunado el verbo “procurar” donde se menciona que simplemente se procurará difundir mensajes en lenguas indígenas en el seno de este tipo de comunidades. Tal formulación no permite evaluar ni mucho menos sancionar eventuales omisiones al respecto.

Algo que llama particularmente la atención es la formulación por la que el informe de gobierno de un titular de Poder Ejecutivo “no sea considerado comunicación social” (cfr. artículo 11 de la iniciativa). Se trata de un contrasenti-

do de proporciones considerables, pues los informes son por antonomasia y por oficio los ejercicios de rendición de cuentas más elementales en la función pública.

Por otro lado, si bien se considera la creación de un consejo consultivo, los términos del artículo 26 lo colocan como un mero “asesor de las autoridades”, lo que resta significativamente su capacidad de incidencia. Además, el artículo 27 propone que el presidente de este órgano colegiado sea el representante de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT). Esto de entrada implica dos situaciones anómalas: la primera es el hecho de que el organismo aludido sea la CIRT —que es de orden nacional— y no la Rato (Radiodifusoras y Televisoras de Occidente), que aglutina a los dueños de los medios regionales. La segunda situación implica que esta cámara, al representar a concesionarios comerciales, sería juez y parte en la discusión sobre la idoneidad de la repartición del gasto. Esto daría lugar a un conflicto de intereses que los partidos ignoraron... o no. De hecho, ese mismo artículo 27 establece que el consejo consultivo podría consultar a especialistas (académicos, periodistas o activistas del derecho a la información), pero solo si su presidente —un empresario— así lo dispusiera. Para colmo de males, los términos del artículo 29 no hacen vinculantes las recomendaciones que eventualmente elabore este organismo.

Sin embargo, el mayor extrañamiento que suscita la iniciativa presentada por los partidos estriba en que en ningún momento se explicita un tope para el gasto que podrán ejercer en comunicación social las instancias públicas. Lejos de ello, el documento se limita a referir la Ley de Austeridad y Ahorro del Estado de Jalisco y sus Municipios, cuyos contenidos aluden tangencialmente a

la materia, pero sin ahondar en las especificidades que demanda.

De lo anterior se puede concluir que la historia de esta discusión en el Congreso de Jalisco a mediados de 2018 es muestra de una lucha de intereses en la que la mayoría de los personajes involucrados prefiere mantener el *status quo*. Al respecto es significativa la extraña concordancia de tantos partidos al unificar sus iniciativas en una propuesta que, sometida al análisis, más bien deja las cosas como han funcionado históricamente. El esfuerzo de la diputación de Pablo Torres/Pedro Kumamoto por dotar a Jalisco de una ley de avanzada logró ser neutralizado por quienes no quieren cerrar la llave a los jugosos contratos de la publicidad oficial. Por lo pronto Jalisco incumplió el plazo prescrito en el transitorio de la ley general y, al menos hasta abril de 2019, seguía sin contar con una norma en la materia.

REFERENCIAS

- Congreso de Jalisco (2018a, 8 de agosto). *Iniciativa de decreto que crea la Ley de Comunicación Social y Publicidad Oficial del Estado de Jalisco y sus Municipios*.
- Congreso de Jalisco (2018b, 15 de agosto). *Dictamen de la Comisión de Puntos Constitucionales, Estudios Legislativos y Reglamentos del Congreso de Jalisco, que desahoga las iniciativas de creación de la Ley de Comunicación Social del Estado de Jalisco*. INFOLEJ 5639/LXI, 5742/LXI, 5886/LXI, 5888/LXI
- Rivas Uribe, R. (2018). El Congreso de Jalisco aprueba presupuesto de egresos 2019. *El Informador*, 15 de diciembre de 2018. Recuperado de <https://www.in->

formador.mx/jalisco/El-Congreso-de-Jalisco-aprueba-presupuesto-de-egresos-2019-20181215-0114.html

Tourliere, M. (2018, 12 de septiembre). El gobierno de Peña deja un aparato de comunicación social obeso y opaco. *Proceso*. Recuperado de <https://www.proceso.com.mx/550587/el-gobierno-de-pena-deja-un-aparato-de-comunicacion-social-obeso-y-opaco>

III. Los que se fueron

Ernesto Zenteno Covarrubias, un maestro para recordar (1928–2018)

JIMENA AGUIRRE DE LA TORRE

“¡Maestro!”, respondía el señor Zenteno con ironía, “¡ya la tengo! ¿A poco cree que voy empezando?” Esta era la respuesta que Julio César Hernández, jefe de información en el diario *Ocho Columnas*,¹ recibía cuando le decía a don Ernesto Zenteno cómo debía tomar una fotografía (J.C. Hernández, comunicación personal, 25 de junio de 2019). No es que este no preguntara a los reporteros y a los directores qué era lo que buscaban, porque siempre lo hacía, sino que su respuesta, como parte de su carácter bromista, también dejaba entrever algo más serio: que, tras 66 años como reportero gráfico, Ernesto Zenteno Covarrubias sabía cómo hacer su trabajo.

Los codos pegados al cuerpo y una mano sosteniendo la cámara. Un desliz en el enfoque y un dedo sobre el disparador. Para reconocer a un fotógrafo de prensa bastaba con observar que estos detalles ocurrieran al mismo tiempo, pero toparse con don Ernesto Zenteno no era solamente distinguir a un reportero gráfico sino a un fiel testigo de Guadalajara, cuyo nombre no podía ir separado de un “oiga, Maestro”, apodo que cariñosamente se había ganado por parte de aquellos que coincidieron con él.

1. Jefe de información del diario *Ocho Columnas* de 1988 a 2010.

Ernesto Zenteno nació el 8 de noviembre de 1928 en la Ciudad de México. Lo que sería el inicio de su trabajo dentro de la fotografía ocurrió a la edad de siete años cuando, tras la muerte de su madre, comenzó a trabajar en los laboratorios Fotomateriales de México. Acompañado por Bartolomé Ornelas Martínez, quien durante muchos años laboró en el diario *Esto* y a quien el fotoperiodista recordaba como su mentor, Zenteno fue adquiriendo sus conocimientos en la práctica cotidiana.

En el año 1942 llegó a Guadalajara. Su comienzo en el periodismo de la ciudad fue en 1944, con su entrada a *El Occidental* y, un año más tarde, a *El Sol de Guadalajara*, ambos diarios pertenecientes, en su momento, a la Organización Periodística García Valseca, cadena de su añorado jefe y primer patrón, el coronel José García Valseca.

Tras 36 años de haber realizado coberturas para estos dos diarios, Ernesto Zenteno empezó a trabajar en el *Ocho Columnas*, donde capturó la historia de Jalisco durante 30 años, hasta su salida del periódico en 2011, cuando este cerró.

Como fotoperiodista, pasaba por todas las secciones y sus actividades del día siempre eran distintas a las del siguiente. Política, sociales o deportes: así como se le podía encontrar en partidos de fútbol también se le veía en manifestaciones, ruedas de prensa o en el Ayuntamiento, dice Marco Aurelio Vargas, quien coincidió con él en distintas coberturas entre 1993 y 1997 (M.A. Vargas, comunicación personal, 3 de abril de 2019). Su hijo, Ernesto Zenteno Ortega, quien trabajó con él durante muchos años, afirma que así como en un momento podían estar en una balacera, de repente estaban en una fiesta y luego en un velorio: “Él cubría donde le dijeran, era lo que iba surgiendo en el día

y él todo lo disfrutaba” (E. Zenteno Ortega, comunicación personal, 22 de junio de 2019).

Una o dos cámaras, lentes, rollos... De estatura baja y con su chaleco siempre puesto, era común encontrarse al señor Zenteno en las coberturas, cargando con su equipo. La historia de Guadalajara quedó retratada en cada una de las fotografías que conseguía de uno u otro modo. Ya fuera subiéndose a una escalera o a un árbol, el toque del reportero gráfico buscaba algo muy particular: que la fotografía hablara por sí misma.

Julio César Hernández dice que él siempre llegaba temprano a todas sus asignaciones: “Le gustaba llegar antes, conocer el terreno. Si llegaba a un evento donde había personas, él empezaba a tomar fotos para el archivo, que no fueran nada más pose en el presidium, sino activas, de personas platicando o haciendo gestos” (J.C. Hernández, comunicación personal, 25 de junio de 2019).

Su perseverancia por darle vida a su trabajo es recordada por su hijo, a quien alguna vez su padre le comentó: “Siempre hay que tomar las acciones, a tu alrededor siempre hay, pero hay que buscarle. No nada más la cámara se mueve el frente, también para abajo, para arriba, para los lados”.

Capturar la imagen como tuviera que hacerlo. El objetivo de Ernesto Zenteno era cumplir. Mario Ávila, quien fue su compañero en *El Occidental* y más tarde en el *Ocho Columnas*, lo describía como una persona fuerte y decidida, proveniente de una disciplina en la cual las órdenes de trabajo tenían que ser cumplidas sin ningún pretexto: “Podía faltar el reportero, pero no el gráfico, porque este tenía que llevar la imagen de la inauguración, de cuando

están cortando el listón o del gol cuando lo anotaron” (M. Ávila, comunicación personal, 8 de abril de 2019).

Esta responsabilidad la encontró su hijo Ernesto Zenteno Ortega, quien descubrió en su papá a un mentor: “Con todas las cosas que hagas, cumple, porque esa es tu tarjeta de presentación. No hay necesidad de que te ande recomendando gente, tú mismo te vas a recomendar”, le decía.

Ávila lo recuerda como un maestro que, en un principio, era celoso de su trabajo. Cuenta una anécdota en la que una vez Zenteno lo recibió con los codos: “El truco era al momento de tomar la foto, levantar los codos y taparles a tus compañeros [...], y esa me la aplicó una vez: levantó los brazos y me jodió mi foto”, narra entre risas. “Si antes era un compañero de cámara que quería sacar la mejor foto y te ocasionaba alguna agresión, era porque su objetivo era cumplir, cumplir de la mejor manera y mejor que los demás”, comenta Ávila que, admirado por su disciplina y responsabilidad, nunca le reprochó.

Cuando volvió a encontrarse con Zenteno en el *Ocho Columns*, ya con más de 60 años, era muy distinto: generoso con sus compañeros y enseñando trucos y tácticas, se preocupaba por las coberturas de las órdenes de trabajo y preguntaba a sus compañeros en dónde se sentían mejor, mientras daba cuenta de sus habilidades.

Mario Ávila narra un acontecimiento que sin duda hizo a los fotoperiodistas poner los pies sobre la tierra: la transición de lo análogo a lo digital. Con nuevas técnicas y periodistas más jóvenes integrándose, las “magias que solo sabíamos los que utilizábamos cámaras análogas ya no servía, lo tuvimos que tirar todo a la basura”. Zenteno llegó así. Pero lo realmente importante fue que sobrevivió.

Varios de sus compañeros dejaron el periodismo, pero él se adaptó a las nuevas tecnologías, informando a través de una imagen sin importar cómo tuviera que hacerlo, dice Raquel Flores, quien, tras convivir con él entre los años 2008 y 2011 en el diario *Ocho Columnas*, admiró la pasión con la que realizaba su trabajo (R. Flores, comunicación personal, 8 de abril de 2019).

Con 66 años de trayectoria periodística, Ernesto Zenteno seguía encerrando a un veinteañero en sus “sesenta y tantos años”, como así les respondía a los compañeros que recibían un número distinto cada vez que le preguntaban por su edad, la cual escondía tras su vitalidad y amor por la fotografía, como tienen presente Alejandra Díaz y Laura Gutiérrez, que trabajaron con él en el *Ocho Columnas*.

Además de ser recordado como un excelente fotógrafo, Ernesto Zenteno era querido y respetado. Ya fueran reporteros de *El Occidental*, del *Ocho Columnas* o de cualquier otro diario, a Zenteno se le refería como “el Maestro”. Su pasión por la fotografía iba de la mano con enseñarla, y sus años de experiencia le valieron el conocimiento de técnicas que nunca dudó en compartir.

“Maestro, ¿aquí cuánto le doy?”, le preguntaban sus compañeros a Zenteno, cuenta su hijo, que recuerda cómo tras algún consejo brindado por su padre los otros fotógrafos iban con él a decirle: “Oiga, su papá tiene un exposímetro en su vista, pero bien atinado”.

Juan Carlos Núñez, quien era reportero del diario *Siglo 21*, lo recuerda con respeto y agradecimiento: “Cuando uno va empezando, que alguien te tienda la mano de esa manera es importante, porque no necesariamente todos tienen esa actitud de apertura con los nuevos” (J.C. Núñez, comunicación personal, 24 de junio de 2019).

Durante las coberturas, toparse con el fotoperiodista significaba escuchar anécdotas, recibir alguna broma o algún consejo. En un coche Falcon color tinto, como describe Laura Gutiérrez, y con su cabeza apenas asomándose por lo bajito que era, se reconocía al señor Zenteno, quien en varias ocasiones daba *ride* a sus colegas (L. Gutiérrez, comunicación personal, 21 de junio de 2019). Juan Carlos Núñez, quien coincidió con él en los trayectos entre un evento y otro, recuerda las pláticas que este compartía de su trabajo como fotógrafo.

Sus años como reportero gráfico no solo le valieron para conocer a periodistas de su generación y de generaciones posteriores, sino que políticos, empresarios y personajes públicos fueron captados por su lente. Cuando Guillermo Gómez Sustaita entrevistó a Ernesto Zenteno en 1996 con motivo de sus 50 años de trayectoria, este ya había visto transcurrir a 10 gobernadores de Jalisco, 19 alcaldes de Guadalajara y cuatro cardenales (Gómez Sustaita, 1996).

Esta experiencia llevaba a que algunas asignaciones fueran especialmente para él, dice Julio César Hernández, que recurría a Ernesto Zenteno cuando él era la única persona a la que le dejarían tomar fotos, porque ya lo conocían.

Cuando tomaba fotografías en las coberturas Zenteno era serio, trataba de explicarle a sus compañeros que había que fijarse en uno y otro para que todos pudieran trabajar, ya que para él cada momento era irrepetible y por eso su concentración absoluta era fundamental.

Fuera del trabajo era una persona a la que le gustaba bromear. Su llegada a la redacción del *Ocho Columnas* significaba entregar sus fotografías y, entre chistes y carrilla entre ellos, recuerda Alejandra Díaz, cuando lo ayudaba a descargar su material. Cuando ella le hacía alguna su-

gerencia y señalaba alguna fotografía que le gustaba más, este le decía “A ver, ¿quién la tomó?” “Usted”, respondía Alejandra. “¿Y quién sabe más?, preguntaba Zenteno. “Usted” era nuevamente la respuesta. “Ah, bueno pues usted decida”, terminaba ella, bromeando (A. Díaz, comunicación personal, 9 de abril de 2019).

“¿Algo más, Maestro?”, escuchaba Julio César Hernández decir al fotógrafo cuando este había acabado. Tras entregarle una serie de fotografías, no únicamente de los eventos que cubría sino con referencia a los temas de los que se hablaban en ruedas de prensa o en alguna de sus variadas asignaciones, Hernández tenía la confianza de tener la foto exacta para la nota. Siempre con la disposición de saber si algo más faltaba, Ernesto Zenteno “terminaba si tú le decías que no se ofrecía nada”.

El compromiso del reportero gráfico por cumplir una orden lo llevó a poner en peligro su vida en varias ocasiones. Golpizas, intentos de homicidio y amenazas (Gómez Sustaita, 1996) fueron algunos de los riesgos que se le presentaron. Recuerda Zenteno Ortega cuando su papá le contaba el día que quedó atrapado en una mina en Guachinango, Jalisco, junto con un doctor y otras tres personas, después de que la entrada se derrumbara. “El médico les decía que no se desesperaran, que tomaran poco aire para tener reserva, les decía que había gente afuera que sabía que estaban ahí y que iban a rescatarlos. Ya cuando mi papá vio una luz chiquitita, como si fuera un ventanal, le dio gusto poder salir”, cuenta.

Si Ernesto Zenteno seguía con su trabajo a pesar de estas circunstancias era porque para él había una satisfacción muy grande en dejar un registro de lo que estaba pasando, cuenta su hijo. Y así fue. Su trabajo como reportero grá-

fico fue reconocido en la edición 2008 del Premio Jalisco de Periodismo, cuando este tenía poco más de 60 años de carrera periodística y se desempeñaba en el diario *Ocho Columnas*. La presea “Despertador Americano”, que se le otorgó por su amplia trayectoria “registrando imágenes de la historia contemporánea de Jalisco” (El Informador, 2018), fue un motivo de orgullo tanto para sus compañeros como para la casa editorial en la que trabajaba.

Tanto Alejandra Díaz como Mario Ávila fueron consultados sobre los merecimientos de los candidatos propuestos para ese reconocimiento: “No iba a dudar en decir todas las bondades del profesionalismo, la dedicación, la honorabilidad y lo cumplido que fue siempre el señor, trabajando en un medio de comunicación”, recuerda Ávila.

El fotoperiodista, siempre al pie del cañón, compartía su trabajo con sus hijos. Zenteno Ortega recuerda haber acompañado a su papá a las coberturas desde que tenía cinco años, la impresión por lo que su padre veía y capturaba en su acontecer diario dejó una admiración tan fuerte que hizo que tanto él como otros dos de sus hermanos continuaran con su legado y dedicaran su vida a la fotografía periodística.

Antes de que cerrara el periódico *Ocho Columnas* sus hijos le preguntaban por qué no se retiraba. La respuesta que recibían era la misma que le dio a Gómez Sustaita en 1996: “Lo que deseo es caer, cuando llegue el día, con la cámara en la mano”. Y así fue, Ernesto Zenteno salió del diario en el año 2011, poco antes de que este cerrara.

Después de más de 60 años como reportero gráfico, la enfermedad de Zenteno fue dejar de trabajar. Al dejar de estar tan activo, como acostumbraba, comenzó a sentirse

desganado, dice su hijo, que aún recuerda las palabras del médico: “Su papá no tiene nada, tiene una depresión que le ha de haber llegado por el retiro de tantos años en un periódico”.

Casi al final de su vida empezó a perder la memoria, cada vez caminaba más despacio y hablaba menos. Antes de morir, cuando todavía estaba en sus cinco sentidos, su familia miraba cómo Zenteno los señalaba con dos dedos, como si estuviera haciendo el símbolo de “amor y paz”. Cuando uno de sus hijos le preguntó qué era lo que quería decir, el Maestro contestaba “siempre juntos”.

De la mano de Lupita, su esposa, a quien nunca dejó de mandarle besos, y junto con sus hijos Ernesto, Concepción, Ricardo, Eduardo, Fernando, Jesús y María Eugenia, Ernesto Zenteno murió el 21 de febrero de 2018, en familia y con la promesa de un “siempre juntos”.

Tras la muerte de su papá los contactos de los compañeros que alguna vez tuvo se perdieron; sin embargo, Ernesto Zenteno Ortega pudo comunicarle la noticia a José Luis Jiménez Castro, reportero y amigo suyo. En el velorio sus hijos quedaron impresionados: la gente no cabía en la funeraria.

Ernesto Zenteno Covarrubias no fue únicamente un fiel testigo de Guadalajara, cuyo paso por la ciudad quedó registrado en cada una de sus fotografías, sino que, además, fue una persona muy querida y un ser humano al que se le profesaba mucho respeto. Su amabilidad, ayuda y enseñanza serán recordadas por aquellos que lo conocieron y su trabajo, conservado en un archivo que atesora su familia, quedará como un legado para el fotoperiodismo.

Hay quienes no nacen para ser periodistas y a la primera oportunidad se cambian de bando, dice Mario Ávila, pero don Ernesto Zenteno no lo hizo: “Él sabía lo que se pagaba, sabía las condiciones de trabajo, sabía que las jornadas no son de ocho horas y a él no le importó trabajar 10, 12, 14 horas, teniendo 15, 20, 40 o 65 años, él trabajaba las jornadas al mismo ritmo”.

El que nace para periodista va a ser periodista toda la vida. Bastaba con ver a Ernesto Zenteno para reconocer que él traía el periodismo en la sangre. Con la vitalidad con la que capturaba cada momento encerraba a un veinteañero en sus sesenta y tantos años, y cada una de sus enseñanzas se seguirá asomando en la vida de aquellos que alguna vez lo llamaron con un “oiga, Maestro”.

REFERENCIAS

El Informador (2008, 12 de diciembre). Premian trabajos que denuncian injusticia e indolencia oficial. *El Informador*. Recuperado de <https://www.informador.mx/Jalisco/Premian-trabajos-que-denuncian-injusticias-e-indolencia-oficial-20081212-0339.html>

Gómez Sustaita, G. (1996). El privilegio de captar la historia. En *33 tapatíos y Guadalajara*. Ciudad: Editorial.

José Antonio Fernández Salazar **(1946–2018)**

ESTÉFANY FRANCO

José Antonio Fernández Salazar nació en Guadalajara, Jalisco, el 1 de febrero de 1946, en una familia de nueve hermanos. Mejor conocido como “Pepe Fernández”, trabajó durante más de 34 años en el periodismo tapatío y mexicano.

Concluidos sus estudios de bachillerato, se inscribió en la Licenciatura en Derecho de la Universidad Autónoma de Guadalajara. Sin embargo, al momento de revisar la lista de admitidos, su nombre no apareció en ellas. Se dirigió a la facultad de Derecho para hablar con Gonzalo Leño Reyes, el entonces director académico, para aclarar la situación. Ante lo sucedido Leño le comentó que decidió cambiarlo de carrera con la explicación de que la universidad necesitaba un medio de comunicación, pues tenía la propuesta de crear un noticiero estudiantil. Fue así como ingresó a la Licenciatura en Periodismo y Comunicación Social, según indica Gabriel Ibarra Bourjac en un artículo publicado en el semanario *Conciencia Pública* en 2018.

Al culminar sus estudios universitarios en 1968 trabajó en la misma universidad, en el noticiero interno “Televisión Universitaria”, que se transmitía en la cafetería del campus, con temas y notas sobre esa institución educativa. Este fue su primer trabajo en la televisión.

Comenzó su carrera profesional en el periódico *Ocho Columnas*. En 1983 se trasladó a Toluca para trabajar en

dos programas del canal de televisión del Sistema Mexiquense de Radio y Televisión. En esos años Luis Fernando Quiñones Betancourt, su amigo y en ese entonces jefe de noticieros de Televisa de Occidente, le dijo que había un lugar vacante en Televisa Guadalajara e inmediatamente regresó a su ciudad natal. Fue así como en 1985 se incorporó a trabajar en Canal 4, y doce años después, en 1997, se convirtió en el titular del noticiero nocturno de esa televisora.

UN PERIODISTA POLÉMICO

En una entrevista realizada a Claudia Rebeca Reynoso, mejor conocida como “Becky” Reynoso, quien fue compañera de José Antonio Fernández durante más de diez años en el noticiero nocturno “GDL Noticias”, dijo que gracias a su trabajo de conductor gozó del aprecio de la audiencia y de sus compañeros. Mencionó que fue un periodista que tenía mucha intuición e interés por las notas y asuntos relacionados con temas políticos (C. R. Reynoso, comunicación personal, 26 de marzo de 2019).

Su interés por la política lo llevó a tener relaciones de amistad con políticos y funcionarios de gobierno, a quienes solía recurrir para enterarse de temas de las administraciones públicas en los planos municipal y estatal. Para ciertos grupos de periodistas que asumían su labor informativa con independencia estas relaciones no eran bien vistas.

Su labor como conductor de noticieros le permitió abrir nuevos espacios en la programación del canal. Dirigió los programas “Foro al tanto”, “Debate de los lunes por la no-

che”, “Noticiero nocturno” y “Tela de juicio” en la radio. En “Foro al tanto” se distinguió por colocar agendas sobre temas de interés público local, como transporte público, seguridad, cultura, educación superior, espectáculos, entre otros. Este programa, que se transmitía los domingos por la mañana, logró posicionarse en la opinión pública de Jalisco.

El programa “Foro al tanto GDL” fue una de las aportaciones que dejó el periodista, debido a su formato de debate. En el foro participaban ocho invitados, y si uno de ellos confirmaba su asistencia y no acudía colocaban en su asiento un “mono”, es decir un muñeco, con lo que surgió la frase “si no vas te monean”. Esta forma de poner en evidencia a los invitados faltistas no era del agrado de muchos de ellos.

De igual manera, su participación en el programa “Debate de los lunes por la noche” se distinguió por la polémica que generaban sus comentarios y su manera de conducir.

Además, trabajó en la radio, en el programa “Tela de juicio”, con Becky Reynoso y Jorge Robledo, en la estación DK 1250 AM del Grupo Radiorama de Occidente.

Adicionalmente a sus labores en la televisión y la radio, fue representante de Televisa en el Consejo Directivo del Premio Jalisco de Periodismo. Este premio se entrega desde 1995 con la finalidad de promover la calidad y la excelencia en la práctica del oficio periodístico, así como para distinguir a los periodistas sobresalientes del estado.

El trabajo de José Antonio fue del agrado de unos y objeto de la crítica y el enojo de otros, precisamente por sus vínculos cercanos con políticos de alto nivel, del mundo empresarial y hasta religioso. De acuerdo con una nota de

Celso Mariño publicada en el periódico *Milenio* en 2018, durante la década de los noventa del siglo XX formó parte, junto con Héctor Morquecho, José María Pulido y Marco Nava, de una comunidad de periodistas llamada “El grupo del Arthur’s”, que se daba cita cada viernes por la noche en el restaurante bar de ese nombre, en donde recibían, para conversar, cenar y tomar unos tragos, a una diversidad de personajes. Según Mariño, “el grupo comenzó a ser uno de los mitos urbanos más grandes del medio público, pues se rumoraba —sin fundamento— que allí se dictaba ‘línea’ de cómo abordar la agenda pública en los medios de comunicación” (Mariño, 2018).

TRABAJÓ HASTA EL ÚLTIMO ALIENTO

Siempre que le iban a tomar una foto o le iban a realizar una entrevista le gustaba adoptar una pose con los brazos cruzados. Esa postura caracterizó su imagen pública.

José Antonio trabajó semanas antes de morir. No permitió que nadie más hiciera los dos foros a los que se había comprometido con los candidatos al gobierno del estado de Jalisco durante el proceso electoral de 2018.

Falleció el 5 de septiembre de 2018, a la edad de 62 años, a escasos siete meses de haber sido diagnosticado con cáncer de pulmón.

REFERENCIAS

Ibarra Bourjac, G. (2018, 7 de septiembre). Los Hombres del Poder: José Antonio Fernández, quería ser abogado y Gonzalo Leño lo hizo periodista. *Conciencia*

Pública. Recuperado de <http://concienciapublica.info/2018/09/07/los-hombres-del-poder->
Mariño, C. (2018, 6 de septiembre). La leyenda urbana del grupo Arthur's. *Milenio*. Recuperado de <https://www.milenio.com/politica/comunidad/la-leyenda-urbana-del-grupo-arthur-s>
Tela de Juicio (2017, 24 de mayo). Grupo Radorama de Occidente DK 1250 AM. Recuperado de <http://www.dk1250.mx/2017/05/24/tela-de-juicio/>

Acerca de los autores

Jimena Aguirre de la Torre es estudiante de la Licenciatura en Periodismo y Comunicación Pública en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Ha publicado en el blog *PerFILES* y colaborado en actividades sobre gestión de la literatura. Entre sus intereses se encuentran el periodismo cultural, la investigación de temáticas relacionadas con perspectiva de género, movimientos sociales, y la promoción y el impacto de la literatura. Actualmente colabora en el proyecto colectivo *Dime Poesía* del ITESO.

Sergio René de Dios Corona es periodista desde hace 35 años. Ha laborado y colaborado en una docena de medios de comunicación. Ha sido reportero, jefe de información, jefe de redacción, editor, columnista, conductor de radio y director editorial. Estudió la Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación, la maestría en Programación Neurolingüística y el doctorado en Educación para la Formación Profesional. Es autor o coautor de una veintena de libros. Es profesor universitario desde hace más de 25 años. Ha coordinado dos licenciaturas en igual número de universidades. De las principales universidades y medios informativos locales recibió en 2010 el Premio Jalisco de Periodismo a la trayectoria periodística. Actualmente es profesor en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) y en la Universidad de Guada-

lajara. Le apasionan el poder y la belleza del lenguaje. Lo atrapan la lectura, la música y una buena charla.

Estéfany Citlali Franco Anguiano es estudiante de la Licenciatura en Periodismo y Comunicación Pública del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Es originaria del municipio de Amacueca, Jalisco, donde labora como profesora suplente de inglés. En 2018 colaboró con la traducción y transcripción de entrevistas para el documental “New Old Stories From Abroad” producido por la ONG Multicultural Integration Community Support (MICS), ErreDoce Cine, City of Ryde y Kuring-gai Council con el apoyo de Macquarie University de Australia y el ITESO. Link: <https://vimeo.com/328524618>
Contraseña: MICS2019.

Julio González González Durán. Periodista egresado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), donde fue profesor del Observatorio ETIUS Comunicación y Cultura de agosto de 2017 a julio de 2019. Estudiante de la maestría en Periodismo sobre Políticas Públicas en el Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE). Coordina el sitio Okupo+, donde publica la columna “Sepa la bola”. Fue productor del programa de radio “Imagen Jalisco” del 93.9 FM, un espacio de conversación política, noticias y entrevistas. Durante más de dos años publicó una columna quincenal en el periódico *Más-pormás GDL*, donde también fue reportero. Ha colaborado para el periódico *El Informador*. Sus crónicas y reportajes

han aparecido en *El Economista*, *El Barrio Antiguo*, *Territorio*, *Artículo siete* y *Americas Quarterly*.

Juan S. Larrosa-Fuentes. Obtuvo los grados de licenciado, maestro y doctor 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. Ha publicado en las revistas *International Journal of Communication*, *Tripodos*, *Comunicación y Sociedad* y *Global Media Journal México*. Además, es coautor, junto con Sofía Paláu, del libro *Manual para la observación de medios* (ITESO, 2014), así como autor y coordinador de varios libros sobre comunicación política. Sus intereses en el estudio de la comunicación se concentran en la comunicación política, el periodismo y en la economía política de la comunicación y la cultura.

José 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 de 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 de medios 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 coordinador de Investigación y Posgrado del ITESO. Miembro del Capítulo Jalisco de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (Amedi) desde su creación en 2008, donde ha colaborado como secretario (2008–2010); como tesorero (2011–2015) y como presidente (2015–2017). Entre 2017 y 2019 fue miembro del nodo Jalisco de la organización Wikipolítica.

Comité Editorial

Graciela Bernal Loaiza es licenciada en Ciencias de la Comunicación y maestra en Política y Gestión Pública por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Fue coordinadora del Programa en Ciencias de la Comunicación de 1999 a 2002 en esa casa de estudios. Actualmente es profesora titular del ITESO, adscrita a la Unidad Académica Básica Sistemas de Comunicación, Información y Democracia del Departamento de Estudios Socioculturales. Es representante del ITESO en la Red Derecho 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. Es coordinadora de ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura del ITESO.

Susana Herrera Lima es profesora investigadora del Departamento de Estudios Socioculturales del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Doctora en Estudios Científico Sociales por el ITESO en el área de Comunicación, Cultura y Sociedad. Maestra en Comunicación de la Ciencia y la Cultura por el ITESO. Líneas de investigación: comunicación pública de la ciencia, comunicación y medioambiente, ciencia, tecnología y sociedad. Miembro del Programa Formal de Investigación en Estudios Socioculturales. Participa en proyectos interdisciplinarios de investigación sobre problemas de agua y

territorio en el Grupo de Estudios del Agua del ITESO, en el Observatorio de Comunicación y Cultura coordinando la línea de comunicación y medioambiente, en proyectos de comunicación pública de la ciencia con participación ciudadana. Fundadora y coordinadora de la colección de libros *De la Academia al Espacio Público*, que reúne trabajos de investigación en comunicación pública de la ciencia. Miembro de la Red Public Understanding of Science and Technology (PCST), de la International Environmental Communication Association (IECA), de la Red Waterlat y de la Sociedad Mexicana para la Divulgación de la Ciencia y la Técnica (Somedicyt). Miembro del Sistema Nacional de Investigadores de México.

Jorge Alejandro Narro Monroy es profesor numerario del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), adscrito al 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. Perteneció al Capítulo Jalisco de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (Amedi) y al Centro de Justicia para la Paz y el Desarrollo (Cepad). Fue fundador del desaparecido diario *Siglo 21*, donde se desempeñó como editor de la sección de información local.

Diego Armando Mejía Picón es licenciado en Ciencias de la Comunicación por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). En 2010 se inició en el periodismo en el semanario universitario *Cruce* y

en el análisis de las estructuras mediáticas en Q ITESO: Análisis Crítico de Medios. Hizo prácticas profesionales en el diario *El Informador*. De 2012 a 2017 colaboró para los diarios guanajuatense *Correo y Am/Al Día*, y desde 2017 pertenece a la Subdirección de Formación Integral de la Universidad Tecnológica del Norte de Guanajuato, donde se desempeña como docente.

Pedro Mellado Rodríguez es periodista con 45 años de trayectoria profesional en medios de la Ciudad de México, Jalisco, Sinaloa y Estados Unidos. Ha sido reportero, jefe de información, jefe de redacción, editor, subdirector y director, así como editorialista, conductor de programas de radio y televisión, y coordinador de equipos de investigación periodística. Su columna “Puntos y contrapuntos” se ha publicado desde hace 34 años en distintos medios. Actualmente conduce en Radio Metrópoli el programa “Política en Directo” y publica su columna en la plataforma digital *partidero.com*. Es profesor en la Licenciatura de Periodismo y Comunicación Pública en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), en Guadalajara. Tiene estudios de derecho por la Universidad de Guadalajara.

Guillermo Orozco Gómez es profesor titular y director del Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara. 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 3. Responsable

de la Cátedra UNESCO-UNAOC-MILID: Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue para América Latina. Ha sido Catedrático UNESCO de Comunicación Social en las universidades Javeriana de Colombia (1996) y Autónoma de Barcelona (2001). Es catedrático *Humanitas* por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Cooordinador Internacional del Programa Obitel: Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva. Ha escrito más de 80 artículos y capítulos de libros, es autor o coautor de 20 libros y coordinador de más de 20. Sus últimos libros: *Televidencias: Comunicación, Educación y Ciudadanía* (2014, que se tradujo al portugués); *Al Filo de las Pantallas* (2015), *TvMorfosis 6: gestión y consumo de contenidos digitales. Nuevos modelos* (2017).

Rosalía Orozco Murillo fue periodista. Es licenciada en Letras y maestra en Comunicación por la Universidad de Guadalajara. Coordinó la Licenciatura en Periodismo en el Centro Universitario de la Ciénega (Cuciénega) de la Universidad de Guadalajara (2008 a 2010). Dirigió el Centro de Formación en Periodismo Digital (febrero 2011 a septiembre 2019) y coordinó la Maestría en Periodismo Digital (febrero 2012 a septiembre 2019), en UDG Virtual, donde es profesora de tiempo completo. Investiga temas relacionados con la relación medios-poder y las transformaciones del periodismo. Ha asesorado 16 proyectos de periodismo digital en México. Es miembro de la Red Latinoamericana de estudios sobre el mundo del trabajo del periodista. Desde octubre de 2017 preside la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (Amedi), capítulo Jalisco.

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 maes-

tría en Impactos Territoriales de la Globalización por la Universidad Internacional de Andalucía y es doctor en Estudios Científico-Sociales por el ITESO. Ha colaborado en diferentes programas de medios de comunicación y como articulista en el *Semanario* de Guadalajara y en las revistas *El Puente* y *Christus*. Es profesor invitado en la Universidad Iberoamericana León.

Cristina Romo Gil (†)* es 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. Es 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 ahora es miembro honorario. Fundadora de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs), directora por México durante diez años; actualmente forma parte de su Consejo Consultivo. 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.

* Falleció el 23 de diciembre de 2019.

ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura Sistemas de Comunicación

El ITESO a través de ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura busca promover entre su comunidad educativa nuevos espacios de construcción de conocimiento mediante proyectos de observación / investigación / difusión / vinculación como una forma de atender algunos desafíos que le plantea la vida social y sus entornos.

ETIUS Observatorio de Comunicación y Cultura opera desde la primavera de 2018 en el Departamento de Estudios Socioculturales. Este observatorio capitaliza la experiencia y los aprendizajes de más de 10 años de QITESO: Análisis Crítico de Medios.

Se define como un proyecto universitario articulador de la producción académica que se realiza en programas educativos de licenciatura y posgrado, en el que participen estudiantes y profesores en los procesos de construcción de conocimiento sobre problemas del acontecer sociocultural y sociopolítico. Se distingue por centrar sus observaciones en los fenómenos comunicativos que los constituyen. Mediante proyectos específicos que atienden coyunturas, ETIUS busca la construcción de sentido en los procesos de formación académica y profesional de cara a las necesidades del conocimiento socialmente pertinente.

ETIUS mantiene la línea de observación sobre los sistemas de comunicación, e incorporó como objetos de su tra-

bajo los relacionados con lo socioambiental, el periodismo, los procesos electorales y la publicidad con el objetivo de contribuir y participar en el debate académico y público para la transformación de la significación de la realidad social que promueva prácticas orientadas al logro de una sociedad más justa, humana y digna.

Los resultados del trabajo de este observatorio pueden ser consultados en: etius.iteso.mx

**Medios de comunicación
y derecho a la información en Jalisco, 2018**

se terminó de imprimir en octubre de 2020
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.