

## ***Transformación del sistema de medios de comunicación en 2014***

JULIO GONZÁLEZ

Como la segunda ciudad más importante del país, Guadalajara tiene un peso específico en el sistema de medios nacionales y por eso algunas empresas han decidido desde hace décadas entrar a la plaza para competir por los públicos y la publicidad con el objetivo de ampliar sus consorcios mediáticos o de otra índole.

La transformación del sistema de medios de comunicación de la entidad, que se da mes con mes, no podría entenderse sin el análisis del financiamiento gubernamental a las empresas de comunicación.

Durante 2014 los medios en la entidad vivieron situaciones que marcaron su oferta editorial, así como la forma de entregar su producto o servicio con el objetivo de encontrar un modelo de negocio que ayude a su estabilidad, posicionamiento o expansión.

A continuación se presentan algunos de los hechos que vivieron algunas empresas mediáticas (prensa, revistas, radio y televisión), las celebraciones y dificultades que sufrieron sistemas públicos de radio y televisión, así como el pronunciamiento de un grupo del gremio periodístico en vísperas de 2015.

## PROCESO JALISCO PUBLICA INFORMACIONES SOBRE LA RELACIÓN DEL PODER Y LOS MEDIOS

La revista *Proceso Jalisco* publicó en la portada de su número 500 el titular “Juegos perversos. Aristóteles y los medios”. A partir de ese 8 de junio y hasta agosto de 2014 se publicaron varios reportajes en los que se retrataba la relación del Poder Ejecutivo de Jalisco, comandada por el priista Jorge Aristóteles Sandoval, y los medios de comunicación del estado.

Uno de los reportajes de la edición 500 de *Proceso Jalisco* se tituló “Una manita de gato de 360 millones”. En el texto se registra cómo en los primeros 14 meses de gobierno de Aristóteles Sandoval, a través de la firma del coordinador de dependencias auxiliares, Alberto Lamas Flores, su administración “entregó a Televisa casi 65 millones de pesos” y en el mismo lapso a TV Azteca, la otra cadena de televisión nacional, “le compró espacio por 31 millones de pesos para transmitir spots de diferentes campañas oficiales, pero también por la ‘repetición de notas’”.

En el reportaje firmado por “Equipo Proceso Jalisco” se habla de los contratos entre los medios impresos y el gobierno estatal. Durante 2014 y hasta la fecha de la publicación, “los diarios *El Occidental*, *El Sol de Guadalajara*, *La Prensa* y *Esto*, de la Compañía Periodística del Sol de Guadalajara, SA de CV, y Organización Editorial Mexicana (OEM), ambas de Mario Vázquez Raña, en conjunto han recibido 6 millones 76 mil 281 pesos”. Mientras que el periódico *La Jornada Jalisco*, dirigido por Juan Manuel Venegas, para junio de ese año sumaba, sin contar el monto de 2013, cheques por casi un millón 248 mil pesos. Por cierto, ese medio cambió el diseño de su página *web* en el segundo

semestre del año y a lo largo de 2014 hubo movimientos en su personal: despidos, renunciaciones y demandas. A *Milenio Jalisco*, por su página de Internet, radio y televisión, en las mismas fechas se le habían pagado 11 millones 113 mil y *El Informador* llevaba 725 mil 351 por publicidad.

## EL INFORMADOR BUSCA NUEVOS HORIZONTES EDITORIALES Y COMERCIALES

El periódico más longevo de Jalisco, *El Informador*, publicó en su portada del 4 de agosto de 2014 que ahora formaban parte de “la agencia Periódicos Asociados en Red (PAR)” y que este era un grupo de diarios que por medio de una alianza informativa producen de manera coordinada investigaciones periodísticas de alto impacto en los planos nacional y local.

La agencia PAR está conformada por siete medios de diversas latitudes y estados del país:

- *El Financiero* (ciudad de México).
- *El Presente de Tabasco*.
- *El Siglo de Durango*.
- *El Siglo de Torreón*.
- *El Dictamen* (Veracruz).
- *El Diario de Yucatán*.
- *El Informador* (Guadalajara).

Lo que busca la agencia PAR, según *El Informador*, es hacer “periodismo en red”; para fines prácticos se trata de la indagación de una “problemática de repercusión nacional con su particular lectura a nivel local”.

En aquella edición del 4 de agosto *El Informador* presentó una segunda investigación en donde publicaba un reportaje “sobre el crecimiento exponencial de los motociclistas en el país”. El primero abordó el tema sobre casos de negligencia médica.

Otra transformación que *El Informador* vivió en 2014 fue el cambio de la inserción de una página sobre economía, que no edita esta empresa. Antes la portada de *El Economista*, periódico de la ciudad de México, aparecía en las páginas de *El Informador*. Sin embargo, a raíz de la alianza de *El Financiero* con la agencia PAR este medio tapatío substituyó la de *El Economista* por la de *El Financiero*.

No obstante, no fueron los únicos cambios en 2014 de lógica de producción, distribución y ampliación de públicos los que sufrió *El Informador* —propiedad de Unión Editorialista, SA de CV. Un día antes de su aniversario número 97, el sábado 4 de octubre, los suscriptores del periódico recibieron un suplemento llamado “Círculo I”, en el que aparecen descuentos en establecimientos de diversos sectores comerciales. Aquellos que sean parte de esta “comunidad” cuentan con una credencial personalizada que podrán mostrar en los negocios que formen parte de “Círculo I”. Los comercios que se ven beneficiados con las alianzas son restaurantes, cafés, compras, viajes, hoteles, cines, conciertos, bares y servicios.

## LAS NUEVAS ALIANZAS INTERNACIONALES DE MILENIO JALISCO

Los cambios que sufrió *Milenio Jalisco* fueron principalmente en la oferta editorial en el plano internacional y económico. A partir del segundo semestre de 2014 el diario

ofreció contenidos del *Financial Times*. Esta alianza consiste en ofrecer “una selección de las mejores notas de este periódico en inglés y uno de los líderes en el plano económico y financiero”, explica el director de *Milenio Jalisco*, Jaime Barrera Rodríguez. Además de “un suplemento todos los lunes con trabajos de mayor profundidad, más ‘arrevistados’, de ese periódico”.

Unas semanas después vino la alianza con *El Mundo*, periódico español, con la que también se intenta fortalecer la oferta editorial en materia de notas internacionales. La razón por la cual se concretó este par de coaliciones es que “casi siempre en las evaluaciones y en los distintos estudios que hay sobre la prensa mexicana una de las principales críticas es que ningún periódico le da suficiente importancia a las notas internacionales, que esa sección es de una página. Con esta alianza se trata de llenar ese hueco”, advierte Barrera Rodríguez.

Otro cambio que vivió *Milenio Jalisco* y todas las ediciones *web* que pertenecen a este grupo periodístico fue el de su oferta en Internet. Desde la ciudad de México, Carlos Puig y Galia García a lo largo de 2014 desarrollaron lineamientos sobre jerarquía editorial, tiempos y contenidos; “se está trabajando en un concepto integral”. Por lo que “el equipo de Jalisco está trabajando con los de la capital y darle importancia a las redes sociales [La página de *Milenio*] es una de las páginas con mayor crecimiento [en 2014] la segunda después de *El Universal*”, asegura el director de *Milenio Jalisco*.

En el ámbito radiofónico, en 2014 volvió el programa de *La Afición* a la estación de Milenio Radio en el 89.1 del FM. Este programa había sido eliminado en 2013 junto con dos emisiones de noticias.

## LOS HERMANOS ORTEGA DEJAN LA CRÓNICA DE HOY JALISCO

Lamas Flores firmó un convenio con el Grupo Periodístico Crónica Jalisco, SA de CV, con vigencia del 15 de enero al 31 de diciembre de 2014, por un total de 5 millones de pesos. Y al Grupo Empresarial Ofertas, conocido como *Sólo Ofertas*, hasta la mitad del 2014 se le asignaron 7 millones 64 mil pesos.

El periódico *La Crónica de Hoy Jalisco*, del Grupo Periodístico Crónica Jalisco, SA de CV, estuvo dirigido por Guillermo Ortega Ruiz desde su primer número, el del 6 de diciembre de 2013. Sin embargo, a un año de vida del diario hubo un cambio de timón y los Ortega Ruiz, Benjamín y Guillermo, desaparecieron del directorio de ese medio de comunicación, sin resonancia en el círculo periodístico jalisciense.

Con la salida de los Ortega el directorio sufrió cambios. Manuel Falcón se convirtió en el director editorial y Moisés Mora en subdirector editorial. De igual forma, en los últimos meses renunció a su puesto el jefe de información, Sergio René de Dios, quien había obtenido licencia para ausentarse a mediados de 2014.

## EL “MAPA” DE PERIÓDICOS GRATUITOS SE RENUEVA

Muchos se reparten en las calles; algunos en establecimientos como cafés, hoteles y gimnasios; uno más en las estaciones del Tren Ligero de la capital jalisciense. Los periódicos gratuitos tienen una dinámica distinta a la de los convencionales. Por ejemplo, no se imprimen los siete

días de la semana y la información se edita en pequeñas “dosis”.

En Guadalajara el periódico gratuito más antiguo se llama *El Tren* y pertenece a Unión Editorialista, SA de CV —el mismo grupo propietario de *El Informador*. En noviembre de 2014 festejó su decimocuarto aniversario pero desde abril de ese mismo año comenzó una transformación de “forma y fondo”, es decir, de línea editorial y diseño.

El editor de *El Tren*, Iván González Vega, dejó el puesto de supervisor de *hard news* de *El Informador* para dirigir la nueva etapa del gratuito de la empresa.

Para González Vega, “*El Tren* es otra forma de buscar caminos distintos para trabajos periodísticos para la empresa en cuestión y también es una manera de conectar con un público diferente, pero no sabemos qué tan diferente es”.

Y es que durante casi 14 años de vida *El Tren* había dedicado la mayoría de sus páginas a los temas deportivos y preferentemente al fútbol local. Su nombre nació a partir de la idea de distribuir este producto en las estaciones del Sistema de Tren Eléctrico Urbano (Siteur) de la zona metropolitana de Guadalajara y también en 34 cruceros estratégicos de avenidas de la ciudad y locales.

“En abril de 2014, en una plática con el dueño de la empresa [Carlos Álvarez del Castillo] discutimos si era el momento de modificar lo que le estaba ocurriendo al periódico gratuito de la empresa y para qué. Entonces la empresa planteó un esquema en el que *El Tren* iba a apuntalar los cambios que ha vivido *El Informador* para buscar nuevos lectores y nichos de lectores”, explica González Vega. Uno de esos cambios es un diseño gráfico colorido.

“Cuando a mí me proponen hacer *El Tren* me dijeron que era un periódico con un segmento e impacto particular.

La propuesta fue un diseño de contenidos que da muchas noticias de manera muy breve, con tres énfasis distintos: el deportivo, el noticioso o urbano y el de las agendas. Con la intención de buscarle lectores nuevos a la empresa y al producto pero también con una vocación experimental. Queremos saber si es lo que funciona con los gratuitos o no. Tomando el riesgo de perder los lectores fieles que tenía *El Tren*”, dice el editor.

Según el registro foliado con el número 326 / 36 del Instituto Verificador de Medios (IVM), empresa contratada por la empresa dueña de *El Tren*, este gratuito tiene un tiraje de 69 mil 900 ejemplares.

La nueva versión de *El Tren* salió el 18 de julio de 2014 y a partir de esa fecha las tres ediciones que imprimen a la semana se enfocarían en tres ejes. Los lunes tiene un énfasis deportivo, los miércoles, urbano y noticioso, y los viernes se dedican los espacios a las agendas de entretenimiento.

El proceso de cambio se vio primero en papel, mientras que en la *web* ([www.eltren.com.mx](http://www.eltren.com.mx)) hasta finales de 2014 seguían teniendo como prioridad los temas deportivos.

La aparición del periódico gratuito *Máspormás GDL* es parte de los cambios en el sistema de medios de Jalisco. El lunes 23 de junio de 2014 se repartió el primer número y la nota principal de su portada se tituló “Lo que te cuestan los enredos de los gobiernos”.

Este periódico gratuito es propiedad de Más Información Más Beneficios, SA de CV, y se distribuye en algunos cruceros de avenidas de la ciudad (principalmente en Guadalajara y Zapopan), en los cafés Starbucks, gimnasios y otros establecimientos.



En la capital del país nació *Máspormás* en el verano de 2009 y cinco años después su director general, Gustavo Guzmán Favela, decidió expandir su concepto y fundar *Máspormás GDL*.

Este gratuito tiene un “formato distinto que busca abastecer un mercado abandonado por los periódicos convencionales, orientados a lo político y económico; a los que están hasta arriba de la pirámide socioeconómica, y luego existen otros que están orientados a la clase popular. Nosotros estamos dirigidos a la clase media ávida de información”, explica Guzmán Favela.

*Máspormás GDL* “es un negocio —naturalmente— que solo vive de los anuncios publicitarios de iniciativa privada y no es un esquema que busque vivir de [publicidad de] gobierno pero tampoco estamos peleados con venderle espacios de formato publicitarios”, dice su director general.

De acuerdo con Guzmán Favela, su página de internet [www.masgdl.com](http://www.masgdl.com) ha llegado a tener más de ocho mil visitas únicas por día, mientras que el tiraje del impreso es de 40 mil ejemplares —en el Distrito Federal es de 150 mil—, y se tomó en cuenta la densidad y la zona geográfica a la que está dirigida el periódico para decidir el número de ejemplares que se distribuyen en la zona metropolitana de Guadalajara.

Desde sus inicios la redacción de *Máspormás GDL* se nutrió de extrabajadores de *La Jornada Jalisco*, entre los que destacan Héctor Mendieta como editor, Raúl Torres como jefe de información, Héctor Hernández como fotógrafo, David Morales como editor *web* y Alejandro Velazco y Jonathan Bañuelos como reporteros.

Otro gratuito que sufrió cambios fue *Publimetro*. A finales de 2013 Gabriel Orihuela —quien posteriormente se

integró a *El Informador* como “reportero colaborador”, un nuevo esquema de trabajo— dejó la jefatura editorial y en enero de 2014 la tomó Héctor Escamilla.

## LA REVISTA ZÓCALO ESTUDIA PERIÓDICAMENTE A LOS MEDIOS DE JALISCO

En 2014 la revista capitalina *Zócalo* buscó tener más presencia en Guadalajara, para ello llevó a cabo acciones como reforzar la distribución para que estuviera disponible para su venta a tiempo. Antes se conseguía solo en Sanborns y ahora también se distribuye en algunos puestos de periódicos del centro de la ciudad. La periodista Perla Blas pasó de ser colaboradora a ser la corresponsal en Jalisco.

Como consecuencia se publicaron textos como:

- “Crisis laboral, una realidad de periodismo en Guadalajara” (número 168), en febrero.
- “Periodismo emprendedor” (número 173), en agosto.
- “Periodistas-medios y el “‘Cuarto de guerra’ en Jalisco” (número 176), en octubre.
- “En Jalisco, al periodista no se le mata, se le despide: entrevista con Alberto Osorio” (número 177), en noviembre.

Así fue como se decidió realizar, explica Perla Blas, “por primera vez un panel con los periodistas Esperanza Romero, Pedro Mellado, Alejandra Guillén, Darwin Franco, Carlos Padilla (director de la revista *Zócalo*) y una servidora, llamado ‘Jalisco, censura y autocensura’, en el cual se abordó la difícil situación que enfrenta el gremio periodístico en la entidad, a partir de la llegada del [Partido

Revolucionario Institucional] PRI y ciertos personajes claves (número 178)”.

## LA CELEBRACIÓN DE RADIO UNIVERSIDAD POR SU 40 ANIVERSARIO

Los cambios que vivió Radio Universidad (104.3 FM), la estación permisionada a la Universidad de Guadalajara, comenzaron en enero de 2014 con el traslado de sus instalaciones. Dejaron el piso 12 del edificio en Avenida Juárez número 796 y se mudaron a la calle Ignacio Jacobo número 29, en la colonia Parque Industrial Belenes, Zapopan. A decir del subdirector de Radio Regional Guadalajara, Ricardo Salazar, “las instalaciones son más adecuadas para la radio pues se cuidó que hubiera espacios privados para trabajar así como la acústica de las cabinas, que fueron tratadas de forma especial con materiales de estándares internacionales. Ese fue el principal cambio en lo que se refiere a las dinámicas laborales”. De igual manera la antena se mudó al Cerro del Cuatro, lo que ayudó a que las frecuencias lleguen hasta la ribera de Chapala.

En cuanto a los contenidos, a lo largo del año se eliminaron algunos espacios pregrabados y se pusieron el reto de presentar más horas “en vivo”. Salazar explica que el objetivo fue ir por públicos olvidados o por públicos no atendidos por la radio en Guadalajara. En octubre de 2014 “se lanzó un programa en vivo a las 6:00 horas llamado ‘Start’, un espacio que tenía al menos cuatro años con programación grabada, ignorando la dinámica de la ciudad y de la gente, que a esa hora ya está en actividad, entre ellos una importante población de estudiantes y profesores de la casa de estudios a la que pertenecemos”. Además, los

fines de semana se lanzaron dos propuestas nocturnas y los domingos se transmitió desde el Museo de las Artes (MUSA) y de la Vía Recreativa.

A lo largo del año Radio Universidad festejó su 40 aniversario. Para ello preparó dos actividades que conmemoraban el nacimiento de la radio de la universidad pública de la entidad. El primero, en mayo, fue un maratón de transmisión “en vivo” que duró 40 horas en el cual el contenido consistió de conferencias sobre arte y cultura, sexualidad, cine, política, tecnología, la calle y movimientos urbanos. La segunda actividad se realizó en junio; una ceremonia de 40 reconocimientos a trabajadores, extrabajadores, colaboradores y excolaboradores de esa radio.

## EL PRIMER OMBUDSMAN DE C7 RENUNCIA

De acuerdo con el dictamen emitido el 7 de julio de 2014 por el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRTV), organismo público descentralizado (OPD), se designó a Gabriel Orozco Bernáldez como el primer Defensor de Audiencias del canal de televisión conocido como C7. Esto después de una convocatoria pública y un proceso de selección por parte de la Junta de Gobierno del OPD.

El seleccionado sería el de mayor puntaje y se tomarían en cuenta varios criterios como el perfil, carta de intenciones, entrevista personal, currículum académico, profesional y cartas de recomendación. Gabriel Orozco compitió junto con Darwin Franco, Bernardo Masini y Napoleón Medrano por el puesto y consiguió una calificación de 87.

En un comunicado emitido en la página de Internet de C7 se dijo que Orozco Bernáldez contaba con las aptitudes

para “analizar la imparcialidad, la veracidad, la calidad y el equilibrio de los contenidos, además de motivar la participación de los ciudadanos para que expresen su opinión sobre la programación”.

Sin embargo, tres meses y 24 días después, el 31 de octubre de 2014, Gabriel Orozco presentó su renuncia como ombudsman del canal público. En la carta dirigida a la presidenta del Consejo Directivo del SJRTV, Myriam Vachez Plagnol, reconoció haberse equivocado al pensar que su trabajo serviría para “ampliar la participación y generar un vínculo más estrecho entre el medio público y sus usuarios”, aunque no fue sino hasta el 5 de noviembre cuando su renuncia se hizo efectiva; Napoleón Medrano quedó entonces como Defensor de Audiencias interino.

Según una nota de *Reporte Índigo*, publicada después de la renuncia, “Orozco Bernáldez presentó solo una recomendación escrita que implicaba el tratamiento de la información sobre la contaminación de la laguna de Cajitlán y la muerte masiva de popochas en el vaso lacustre”. La nota consignaba que un punto de inconformidad por parte del Defensor de Audiencias es que en redes sociales se informaba del caso desde la cuenta del director de C7, Sergio Ramírez Robles, y no de la del canal.

Otro punto de desencuentro fue el tratamiento de la información sobre la marcha en apoyo a los 43 normalistas de Ayotzinapa desaparecidos, realizada el 8 de octubre en Guadalajara. En su cuenta de Twitter Sergio Ramírez Robles desmintió los dichos sobre el caso Ayotzinapa y su relación con las causas de renuncia de Orozco Bernáldez.

El 14 de noviembre de 2014 el Defensor de Audiencias interino emitió una recomendación al respecto dirigida al

director del canal: “Le pido que considere integrar a los contenidos de los noticiarios local de C7 Jalisco la información relativa a lo acontecido a los estudiantes de Ayotzi- napa, esto de manera permanente y en las tres emisiones locales de *C7 Noticias*”.

#### PERIODISTAS JALISCIENSES ALZAN LA VOZ DURANTE LA FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE GUADALAJARA

El viernes 5 de diciembre de 2014, durante el Encuentro Internacional de Periodistas de la Feria Internacional del Libro (FIL) Guadalajara, se llevó a cabo la mesa de discusión con el tema “Periodismo intergeneracional”. Ahí el editor de *Reporte Índigo*, Mauricio Ferrer, quien recientemente había dejado *La Jornada Jalisco* por “asuntos de tipo laboral y la falta de pagos” calificados como “comunes”, leyó un pronunciamiento firmado por un grupo de más de 70 periodistas (reporteros, editores, conductores de radio, columnistas, fotoperiodistas) de la entidad. Algunos con más de 30 años de experiencia y otros novatos, entre los que destacan nombres como Agustín del Castillo, de *Milenio Jalisco*; Alberto Osorio, de *Proceso Jalisco*; Alejandra Guillén, de *Máspormás GDL*; Darwin Franco, Premio Jalisco de Periodismo 2014; Griselda Torres, de Notisistema y reconocida con el Premio El Despertador Americano 2014 por su trayectoria; Sergio René de Dios, periodista con más de 30 años de experiencia; Juan Carlos Núñez, exdefensor del lector de *Público*; Pedro Mellado, articulista de *Mural*; Sonia Serrano, de *Milenio Jalisco*; Rubén Martín, conductor de radio y articulista, y Ricardo Salazar, de Radio Universidad, entre otros.

Según un reportaje publicado en *Proceso Jalisco* la entidad cuenta “con un acumulado histórico de 112 demandas laborales presentadas por reporteros y periodistas en la entidad por despidos injustificados [...] uno de los estados de alto riesgo para los comunicadores”. El dato fue tomado de la Junta Local de Conciliación y Arbitraje, dependiente de la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STYPS).

El pronunciamiento iba dirigido a las empresas de medios de la entidad debido a que los periodistas firmantes los acusaban de ofrecer “un deterioro palpable en las condiciones de trabajo y producción de información en el estado” debido al modelo de negocios en crisis en el ámbito mundial.

También mostraron su preocupación por “el peso e injerencia que los grupos políticos que controlan poderes y entidades públicas (Ejecutivo, ayuntamientos, universidades, etcétera) van teniendo en distintos medios de información en el estado” a través de los contratos entre las oficinas de comunicación social y las empresas para el pago de pautas publicitarias.

También dijeron que “como periodistas nos declaramos ajenos a esta lógica (de negociación económica y de intereses políticos) y seguiremos haciendo nuestro trabajo con independencia”. Se finalizó con unas palabras de apoyo a las víctimas de la violencia y los desaparecidos en Jalisco y México.

Los medios convencionales no le dieron espacio en sus páginas al pronunciamiento. Algunas revistas como *Zócalo* —especializada en medios de comunicación y periodismo—, *Proyecto Diez* y *Proceso Jalisco* retomaron el tema en sus páginas de Internet o en alguna de sus ediciones impresas.

## LOS MEDIOS EN JALISCO DURANTE 2014: ENTRE NUEVAS ALIANZAS EDITORIALES Y LA MODIFICACIÓN DEL SISTEMA

En los últimos meses de 2014 los periodistas de Jalisco se dedicaron a reflexionar, desde medios especializados, convencionales y foros, sobre su quehacer en la sociedad, el papel de los medios y las condiciones laborales. De igual manera se posicionaron en un aparador como la FIL de la ciudad a unos meses de las elecciones intermedias de 2015.

Además, los públicos fueron testigos de nuevos contenidos, algunos de tipo internacional y otros nacionales, producidos desde otras redacciones y aliados con medios de comunicación de la ciudad. Así, en el plano de los gratuitos, evolucionó el diseño y la propuesta de información por parte de empresas locales y nacionales, por lo que se podría pensar que aún hay públicos para este tipo de impresos que no necesariamente consumen periódicos porque los buscan sino porque les llegan.

Lo anterior sucede en medio de una crisis de modelos de negocios por parte de la prensa y la radio en la que parte de su publicidad es financiada por el gobierno del estado a través de contratos millonarios, tal como lo publicó la revista *Proceso* en 2014, así como de diversos cambios en los permisionados de la entidad. Por un lado, el Sistema Universitario de Radio y Televisión (SURT) con cambios de instalaciones y de la programación y, por el otro, un SJRTV con problemas con el modelo de la defensoría de audiencias y criticado por el cambio de su barra de contenidos que antes tenía un corte cultural y ahora es noticioso.



En retrospectiva, los medios en Jalisco, así como el sistema político, en 2014 se acoplaron, vivieron meses de renovación, cambios internos, de personal, editoriales y de diseño para prepararse, acaso, para la cobertura de las elecciones en la entidad en 2015, así como los cambios en el mapa político que durante este año pudieran sobrevenir y pudieran afectar de dos formas al sistema de medios: la continuación de la crisis del modelo de negocios o su reivindicación económica y editorial.