

En esta obra el lector encontrará “análisis que documentan con rigor y pertinencia académica cambios y persistencias en diversas dimensiones del periodismo ‘nacional’ (capitalino) y local-regional (jalisciense, queretano, bajacaliforniano), realizados por profesores y estudiantes de posgrado en comunicación de la Universidad de Guadalajara.”

Los capítulos dan cuenta, en conjunto, “de que el periodismo es una modalidad específica de la comunicación pública”, y de que su institucionalización, profesionalización y legitimación “avanzan (o retroceden) conforme se transforman los contextos sociales en los que ocurren.”

La investigación sobre el periodismo se manifiesta, paulatinamente, “como una especialidad cada vez mejor definida y articulada con otras, dentro de ese confuso conjunto de estudios llamado *ciencias de la comunicación*.”

Raúl Fuentes Navarro

ESTUDIOS SOBRE PERIODISMO EN MÉXICO:

DESPEGUE E INSTITUCIONALIZACIÓN

MARÍA ELENA HERNÁNDEZ-RAMÍREZ

COORDINADORA

Estudios sobre periodismo en México: despegue e institucionalización

Estudios sobre periodismo en México: despegue e institucionalización

María Elena Hernández-Ramírez
Coordinadora

Universidad de Guadalajara
2018

Este libro ha sido dictaminado positivamente, con el método doble ciego, por pares académicos del Comité Editorial del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad de Guadalajara y financiado por el fondo federal PROINPEP: Programa de Incorporación y Permanencia de los Posgrados en el PNPC.

Primera edición, 2018

D.R. © Universidad de Guadalajara
Centro Universitario de
Ciencias Sociales y Humanidades
Coordinación Editorial
Juan Manuel 130
Zona Centro
Guadalajara, Jalisco, México

ISBN EBook 978-607-547-067-2

Editado y hecho en México
Edited and made in Mexico

Índice

Prólogo	
La consolidación de los estudios sobre periodismo en el campo académico de la comunicación en México	
<i>Raúl Fuentes Navarro</i>	7
La investigación sobre periodismo en México (2005-2015): despegue, institucionalización e incipiente desarrollo	
<i>María Elena Hernández-Ramírez</i>	11
El periódico digital y sus usos sociales: un estudio cualitativo sobre la construcción social del medio	
<i>Betsabee Fortanell Trejo</i>	61
Las secciones de cultura en la prensa de Guadalajara: el caso de los diarios <i>Milenio</i> y <i>El Informador</i> durante 2013	
<i>Cecilia Yasmín Fernández Haro</i>	78
Encuadres periodísticos sobre la violencia vinculada al narcotráfico en Tijuana: casos de estudio <i>El Mexicano</i> y <i>Frontera</i> (2008-2011)	
<i>Milthon Minor Montes</i>	101
Los marcos del discurso periodístico sobre la migración cubana en el contexto de la Reforma Migratoria en Cuba, en los diarios mexicanos: <i>La Jornada</i> , <i>El Universal</i> y <i>Reforma</i>	
<i>Yarimis Méndez Pupo</i> <i>Gabriela Gómez Rodríguez</i>	132

Una mirada a las rutinas no convencionales de producción periodística en México <i>Salvador De León Vázquez</i>	149
Interpretaciones de los periodistas: la <i>dualidad de estructura</i> del periodismo y la <i>hermenéutica doble</i> como metodología <i>José Luis Velasco Aragón</i>	171
Los periódicos de Guadalajara entre 1991 y 2011: el ocaso de la prensa industrial <i>Juan S. Larrosa-Fuentes</i>	189

Prólogo

La consolidación de los estudios sobre periodismo en el campo académico de la comunicación en México

*Raúl Fuentes Navarro*¹

En los capítulos contenidos en este libro los lectores podrán encontrar argumentos y evidencias elaborados recientemente sobre dos procesos relacionados entre sí, pero diferenciables para ser mejor comprendidos. Por una parte, análisis que documentan con rigor y pertinencia académica cambios y persistencias en diversas dimensiones del periodismo “nacional” (capitalino) y local-regional (jalisciense, queretano, bajacaliforniano), realizados por profesores y estudiantes del posgrado en Comunicación de la Universidad de Guadalajara. Los referentes empíricos y los métodos analíticos difieren, pero en conjunto los capítulos dan cuenta de que el periodismo es una modalidad específica de la comunicación pública, cuyos procesos de institucionalización, profesionalización y legitimación avanzan –o retroceden– conforme se transforman los contextos sociales en los que ocurren. La investigación sobre el periodismo, tanto la que refiere procesos sociales y profesionales inmiscuidos en su práctica cotidiana, como la que concierne a factores estructurales de las instituciones mediáticas como entidades políticas y económicas, se manifiesta así como una especialidad cada vez mejor definida y articulada con otras, dentro de ese confuso conjunto de estudios llamado “ciencias de la comunicación”.

Por otra parte, en los mismos capítulos de referencia se refuerza la paulatina aceptación de la insuficiencia de categorías como “Prensa” o “Medios” para dar cuenta de esos cambios y persistencias recientes, así como de las teorías y metodologías que tendían a aislar los procesos del periodismo de sus contextos socioculturales. Desde un punto de vista adoptado para analizar “desde fuera” los desarrollos en el entorno determinante de la propia investigación, se fortalece también la “meta-investigación”, o investigación sobre la investigación acerca del periodismo. Cuando, por ejemplo, el especialista brasileño Eduardo Meditsch (2012) propone que el periodismo es “un medio de conocimiento social, ajustado a la actualidad, mediante la descripción de la singularidad de los acontecimientos que la constituyen y su exposición al público en un tiempo oportuno para su utilización”, y no “mera propaganda o tentación de controlar la divulgación de la opinión de los adversarios” (p. 21), afirma en un plano analítico las dimensiones determinantes del objeto teórico “periodismo”, y en el otro –articuladamente– lo distingue de otros modelos de prácticas sociales –incluso comunicacionales– que la investigación académica no debería confundir con el primero, desde una afirma-

¹ Profesor investigador del Centro Universitario de Ciencias Sociales de la Universidad de Guadalajara.

ción meta-investigativa, cuyo objeto de análisis ya no es la práctica periodística sino la académica.

Aunque en cualquier proceso de investigación sistemática hay algún componente de meta-investigación, bajo la forma de revisión del “estado de la cuestión” (o “del arte”) que ayuda a ubicar los aportes buscados y conseguidos al conocimiento en un campo académico, la meta-investigación propiamente dicha, al distinguir su perspectiva analítica de las empleadas para investigar sobre su objeto, permite reconocer condiciones y características determinantes de las perspectivas mismas y ubicarlas analíticamente en contextos diversos, comenzando por aquellos de los campos académicos –o científicos, si quiere– desde donde se realiza la investigación. En el caso de los estudios sobre el periodismo en México, María Elena Hernández ha destacado desde hace tiempo como autora de importantes análisis sobre el periodismo y también de estudios sobre la investigación acerca del periodismo. Su capítulo incluido en este libro es un excelente ejemplo de meta-investigación, que además de una clara y bien fundada contextualización nacional, apunta hacia la inclusión de la investigación sobre periodismo realizada en México en tendencias internacionales, globales y regionales, tanto históricas como coyunturales, o al menos la necesidad de contar con parámetros comparativos.

Como autoridad reconocida en cuanto a la meta-investigación de la comunicación, Robert Craig (2008) observa que la internacionalización de los estudios sobre la comunicación (originalmente sobre el periodismo), que comenzó hace más de 100 años con importaciones intelectuales europeas a Estados Unidos y siguió con la exportación de modelos de Estados Unidos al resto del mundo, ha generado una creciente diversificación de enfoques que tienden recientemente a confluir desde una amplia diversidad de historias. A escala mundial, en nuestro campo prevalece una gran variedad de métodos, teorías y objetos de estudio, cobijada por un término común: “comunicación”, sobre la que decía agudamente el profesor español Manuel Martín Serrano, que sabemos mucho y comprendemos poco. Pero puede asumirse que hay tres características del campo reconocibles en todas partes y que son útiles para agrupar los retos fundamentales de su institucionalización: el crecimiento apresurado y desmesurado; la inconsistencia epistemológica y metodológica, y justamente, la internacionalización.

Los estudios universitarios sobre la comunicación, tanto en sus vertientes orientadas hacia la formación profesional como en las dirigidas hacia su investigación, se han estado expandiendo durante distintos periodos de tiempo según los contextos y las condiciones de los sistemas nacionales de educación superior e investigación científica: en Estados Unidos llevan más de un siglo, en México alrededor de 60 años, en países africanos apenas 5 o 10 años. Los programas surgieron y adquirieron distintas asociaciones interdisciplinarias, pero en general se ubican en las intersecciones entre las ciencias sociales y las humanidades y aunque los ritmos de crecimiento varíen, prácticamente no hay casos en los que los procesos de institucionalización se hayan revertido o marginado. Si bien el conocimiento disponible sobre estos procesos en el mundo se limita en gran medida a algunas

historias desarrolladas en escalas nacionales y hay muy pocos estudios sobre los vectores trans-nacionales de la estructuración del campo académico (Simonson y David, 2016), hay avances sugerentes, provenientes de distintas latitudes (Koivisto y Thomas, 2010; Averbek-Lietz, 2017), aunque lamentablemente la participación latinoamericana en ellos es muy escasa.

Tres de los principales problemas para el reconocimiento de esos vectores trans-nacionales son que “investigación” –sea académica o no–, “comunicación”, “periodismo” e incluso “medios”, no son categorías universales; en cada país esos términos tienen significados diferentes: más restringidos, más amplios, acomodados en un sitio o en otro. En segundo lugar, que los contextos académicos donde se hace investigación y los contextos industriales donde también se hace investigación, son totalmente diferentes entre sí y entre países. No hay constantes muy claras; la pregunta sobre cómo se relacionan los medios con la academia es muy difícil de responder en términos que vayan más allá de cada caso, pero esas relaciones son siempre difíciles y precarias en todas partes. Y en cuestiones de formación profesional, ya no estrictamente académica, esa es una fuente primordial de inconsistencia para el campo. Tercero, para trabajar la investigación sobre fuentes secundarias, las estadísticas oficiales son fundamentales, pero no hay plena comparabilidad posible por las distintas formas de llevar las estadísticas nacionales en los distintos países.

Hablando sobre los medios, sin embargo, está claro que los procesos de digitalización de los “viejos” medios y los procesos de extensión rápida de los “nuevos” (Internet y los medios móviles) son importantísimos en todos los países, puesto que la reconfiguración de los “paisajes mediáticos” está muy centrada en los factores tecnológicos. En ese sentido es claro que lo que está sucediendo en todas partes es algo muy complejo y muy rápido, que integra también procesos de concentración empresarial y de transnacionalización oligopólica, lo que no es ninguna novedad. En todos los países hay ya investigación académica y no académica, sólo que la proporción y la relación entre ambos tipos de investigación es diversísima, y también dentro de cada país va fluctuando; son relaciones políticas de coyuntura las que van determinando el aporte de una o de otra, y depende también de los temas y de diversas cuestiones. El periodismo, como otras modalidades de la comunicación pública, está reconfigurándose sujeto a una maraña de variables globales y locales muy difícil de desentrañar.

Se puede generalizar, en todo caso, que hay tres enfoques predominantes en la investigación de la comunicación en escala global, pero los matices y los análisis más concretos de ellos se ubican en las escalas nacionales y por ello las tendencias no se pueden trans-nacionalizar: hay investigación sobre cuestiones políticas y sociales, hay investigación sobre aspectos culturales, y también sobre dimensiones tecnológicas de la comunicación y los medios, en distintas proporciones y con articulaciones muy diferentes en cada país, incluso dentro de la misma región. Un ejemplo reciente de esta “internacionalización desintegrada” estructural puede encontrarse en los procesos de “concentración infocomunicacional en América Latina”, analizados por Becerra y Mastrini (2017), o en la preocupación de cada

vez más investigadores por las consecuencias prácticas, y por lo tanto éticas, de la “mediatización”, como lo ha señalado el danés Stig Hjarvard (2012) con respecto a dos desarrollos del campo de la comunicación que hasta ahora se han apoyado uno al otro, pero que pueden entrar en conflicto: la institucionalización académica y la mediatización de la cultura y la sociedad.

Es decir, el campo académico existe y se ha desarrollado institucionalmente debido a la importancia crecientemente reconocida a sus objetos de estudio, especialmente la comunicación mediada, pero cuando la influencia formal y la mediación comunicacional crecen de tal manera que determinan a otras actividades socioculturales (políticas, económicas, educativas, religiosas, etcétera), la mediatización del entorno cotidiano no solo afecta a los objetos de estudio sino también al estudio mismo, además de presionar a la universidad como institución social que es. La mediatización, dice Hjarvard (2012), “no sólo implica un cambio en el grado en que los medios influyen los asuntos culturales y sociales, sino también en la manera misma en que conceptualizamos la relación medios-sociedad” (pp. 27-34), generando más fragmentación e instrumentalización que las que de por sí han caracterizado al campo académico.

Es urgente por ello, me parece, recuperar y fortalecer el sentido reflexivo de la formación universitaria y de la investigación académica en comunicación para entender los procesos socioculturales de una manera más crítica, especialmente en cuanto a los que ya no conviene identificar teóricamente como procesos simples y lineales de “producción, circulación y consumo de mensajes”, o de bienes culturales, o de representaciones simbólicas, o de ideologías, sino como participación de sujetos sociales responsables en procesos de producción social de sentido. La consolidación de los estudios sobre el periodismo se orienta –afortunadamente– en esta dirección, como lo atestiguan los trabajos reunidos en este libro.

Bibliografía

- Averbeck-Lietz, S. (Ed.). (2017). *Kommunikationswissenschaft im internationalen Vergleich. Transnationale Perspektiven*. Wiesbaden, Alemania: Springer VS.
- Craig, R. T. (2008). Communication as a field and discipline. En W. Donsbach (Ed.), *The International Encyclopedia of Communication* (vol. 2, pp. 675-688). Nueva York, Estados Unidos: Blackwell.
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2017). *La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015). Nuevos medios y tecnologías, menos actores*. Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes/Observacom.
- Hjarvard, S. (2012). Doing the right thing. Media and Communication Studies in a mediatized World. *Nordicom Review* (suplemento 33), 27-34.
- Koivisto, J. y Thomas, P. D. (2010). *Mapping communication and media research: Con-junctures, institutions, challenges*. Tampere, Finlandia: Tampere University Press.
- Meditzsch, E. (2012). Pedagogia e pesquisa para o jornalismo que está por vir: a função da universidade e os obstáculos para a sua realização. Florianópolis, Brasil: Editora Insular.
- Simonson, P. y Park, D. W. (Eds.). (2016). *The international history of Communication Study*. Nueva York/Londres: Routledge.

La investigación sobre periodismo en México (2005-2015): despegue, institucionalización e incipiente desarrollo

María Elena Hernández-Ramírez¹

Palabras clave: Periodismo, investigación sobre periodismo, estudios de periodismo, México.

Key words: Journalism Studies, Mexican Journalism Studies.

Estudios sobre periodismo / *Journalism Studies*

Los Estudios sobre Periodismo, como campo diferenciado en la investigación académica de la comunicación, entraron en proceso de legitimación e institucionalización a finales del siglo xx, con mayor visibilidad en América del Norte y algunos países europeos (Zelizer, 2004; Löffelholz y Weaver, 2008; Steensen y Ahva, 2015). En las dos décadas que han transcurrido desde el inicio de ese proceso, la diferenciación de los *Journalism Studies* en comunidades académicas de otras regiones del mundo –entre ellas la de América Latina– se ha venido desarrollando lentamente y de manera desigual. Al nivel global, la paulatina estructuración de una comunidad enfocada en el análisis del periodismo y de los fenómenos con él relacionados² se ha manifestado en: la creación de revistas especializadas (Cuadro 1); la publicación de un mayor número de libros que tienen al periodismo como objeto de estudio, y la constitución de grupos de interés en las asociaciones internacionales, regionales y nacionales de investigación de la comunicación.

Robert T. Craig, editor de la serie *Handbooks of Communication*, que publica la International Communication Association (ICA), explica en el prólogo a *The Handbook of Journalism Studies* (2009) que gran parte de lo que en ese volumen se denomina “Estudios de Periodismo” desarrolla líneas de investigación que pertenecieron por muchos años a la comunicación de masas (*Mass Communication*). No obstante:

el cambio a Estudios de Periodismo [...] marca un movimiento significativo de enfoque lejos de la tradición funcionalista, en la que el periodismo ha sido estudiado,

¹ Profesora investigadora titular en el Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara; doctora en Información y Comunicación por la Universidad de París 8; coordinadora del CA-841 *Estudios sobre Periodismo*. Contacto: marielenhr@gmail.com

² Considero el esquema propuesto por Fuentes-Navarro (1998) para describir los “Procesos de estructuración del campo académico de la comunicación” (p. 73).

principalmente, con respecto a funciones abstractas del proceso de la comunicación de masas, como gatekeeping y agenda setting. [...] A medida que el enfoque central se desplaza [...] los aspectos normativos, históricos, culturales, sociológicos y políticos del periodismo, que antes fueron eclipsados, emergen como preocupaciones primarias y redefinen el contexto intelectual en el que se conducen los estudios empíricos (Craig, 2009: ix; traducción propia).³

Cuadro 1
Emergencia de revistas especializadas en investigación sobre periodismo

Año	Publicación	Editorial
1999*	<i>Les Cahiers du journalisme</i>	École supérieure de journalisme de Lille (Francia) & Département d'information et de communication de l'Université Laval (Quebec)
2000	<i>Journalism: Theory, Practice and Criticism</i>	Sage
2000	<i>Journalism Studies</i>	Routledge/Taylor & Francis
2005	<i>Brazilian Journalism Research</i>	Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor)
2007	<i>Journalism Practice</i>	Routledge /Taylor & Francis
2012	<i>Sur le Journalism</i>	Université Paris-Sorbonne (Francia)
2013	<i>Digital Journalism</i>	Routledge/Taylor & Francis

**Les Cahiers du journalisme* empezó a publicarse en Lille desde 1996, la coedición con la Universidad Laval inicia en 1999 (<http://www.com.ulaval.ca/publications/revues/les-cahiers-du-journalisme/>).

Fuente: Elaboración propia.

Investigación sobre periodismo en México

El “despegue” de la investigación específica sobre periodismo en México se observa entre la mitad de la década de 1990 y el año 2005, según lo reportan Hernández-Ramírez y Schwarz (2008) en “Journalism Research in Mexico. Historical Development and Research Interests in the Latin American Context”. El trabajo referido es una revisión de tendencias en la investigación de 1950 a 2005, que se apoya en las sistematizaciones de Raúl Fuentes Navarro (1988, 1996, 2003), y

³ “much of what is here called Journalism Studies continues lines of research that have gone on for many years under the rubric of Mass Communication, but the shift to Journalism Studies [...] marks a significant shift of focus away from the functionalist tradition in which journalism has been studied primarily with regard to abstract functions of the mass communication process like gatekeeping and agenda setting. [...] As the central focus shifts [...] then the normative, historical, cultural, sociological, and political aspects of journalism that were formerly overshadowed emerge as primary concerns and redefine the intellectual context in which empirical studies are conducted”.

en la consulta de publicaciones registradas en el Catálogo de Documentación en Ciencias de la Comunicación (CC-DOC), base digital “sobre la producción científica mexicana en el campo académico de la comunicación”⁴ (proyecto también a cargo de Raúl Fuentes). En la etapa de despegue del proceso de diferenciación de la investigación científica sobre periodismo en México, las publicaciones identificadas se caracterizaron por ser esfuerzos aislados, individuales, y desde líneas de investigación imprecisas. La visión general de los autores sobre el periodo que reportan es que

los investigadores mexicanos parecían carecer de un sólido interés en el periodismo como objeto de estudio claramente definido, [...] [y que] numerosos factores han impedido la consolidación de tradiciones de investigación y la formación de marcos teóricos básicos y métodos para aproximarse a los fenómenos periodísticos⁵ (Hernández-Ramírez y Schwarz, 2008: 218; traducción propia).

Entre los factores que han contribuido al retraso en el desarrollo de la investigación sobre periodismo en México sobresalen los de tipo estructural, tales como: la falta de consolidación de la profesión periodística, la ausencia de modelos y perfiles propios en la formación universitaria, las características de la propiedad de los medios de comunicación, y las especificidades del sistema legal de comunicación social en el país (legislación obsoleta, incompleta y ambigua en materia de comunicaciones y Derecho a la información). Se señalan también factores “coyunturales” (vinculados a los estructurales) que han impedido el fortalecimiento de la investigación sobre periodismo; es el caso de la permanente influencia en la investigación social en México de los procesos político-electorales, y de los conflictos que de ellos se derivan. Desde el año 2006, particularmente después de la declaración de “guerra contra el crimen organizado” del presidente Felipe Calderón,⁶ y ante el serio incremento de hechos delictivos de alto impacto en el país, la violencia contra los periodistas y el tratamiento de la violencia en los medios se posicionaron como

⁴ El catálogo CC-DOC, iniciado e impulsado por Raúl Fuentes Navarro, es la base más completa en México en su tipo, y se actualiza según el flujo de productos que las propias redes académicas hacen llegar al administrador de la misma; el acceso es libre, a través del portal digital del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), que resguarda también el archivo del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) (<http://ccdodoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=about>).

⁵ “On the base of this review we can state that Mexican scholars seemed to lack a strong interest in journalism as a clearly defined object of study and [...] a lot of factors have impeded the consolidation of research traditions and formation of basic theoretical frameworks and methods to approach journalistic phenomena”.

⁶ Felipe Calderón Hinojosa fue presidente de México de 2006 a 2012. En diciembre de 2006, el presidente Calderón “le declaró la guerra al crimen organizado” (Castañeda, 2007).

temas de indagación recurrentes, corroborando la incidencia del medio sociopolítico en la investigación sobre periodismo en el contexto mexicano.

En el análisis de Hernández-Ramírez y Schwarz (2008) se destaca la dependencia teórica y metodológica de enfoques extranjeros en la emergente investigación mexicana sobre periodismo; además, dadas las condiciones estructurales de producción del conocimiento en instituciones mexicanas, se señala como previsible que:

Los esfuerzos académicos por consolidar una corriente específica de estudio continuarán siendo aislados por mucho tiempo, y [que] la influencia del medio socio político indudablemente prevalecerá⁷ (p. 218; traducción propia).

¿Del despegue a la institucionalización?

La creación en 2004 del Journalism Studies Interest Group en la ICA⁸ sentó las bases para la institucionalización de la investigación *mainstream*⁹ especializada en periodismo. Un año después, en 2005, la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) integró a su estructura académica al grupo de interés “Estudios de Periodismo”. Esta decisión abrió una ventana de oportunidad para el reconocimiento, diferenciación y desarrollo de la investigación sobre el periodismo en México, con base en el modelo establecido por las asociaciones internacionales.

De acuerdo con la investigadora Martha Rizo García, en la administración de la AMIC 2005-2007¹⁰ se conformaron los grupos de investigación (GI), a partir de un diagnóstico sobre líneas de trabajo de los miembros de la AMIC, y tomando como referencia “la clasificación de las asociaciones regionales (ALAIC [Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación]) e internacionales (IAMCR [International Association for Media and Communication Research] e ICA)” (Rizo García, 2014: 13). Cada GI en la AMIC quedó a cargo de dos investigadores relacionados con el campo de interés específico (un investigador “decano” y uno “novel”). Para el GI Estudios de Periodismo fueron asignadas María de Lourdes Romero Álvarez, como investigadora decana, y Elvira Hernández Carballido, como novel (si bien ésta última contaba entonces con una amplia trayectoria en la historia del periodismo y en estudios de la prensa desde la perspectiva de género). Hasta el momento de concluir este reporte (octubre de 2017), Hernández Carballido permanecía como una de las dos personas coordinadoras del GI Estudios de

⁷ “However, academic efforts to consolidate a specific trend of study will continue to be isolated for a long while, and the influence of socio political milieu will undoubtedly prevail”.

⁸ El grupo creado en la International Communication Association en 2004 se consolidó y hoy constituye la *Journalism Studies Division* (<https://www.icaheadq.org/group/journalism>).

⁹ Corrientes o tendencias principales o predominantes.

¹⁰ Administración presidida por Aimée Vega Montiel.

Periodismo, desde su origen: primero en pareja con María de Lourdes Romero, y a partir de 2014 con Salvador De León Vázquez.

A 12 años de su institución (2005-2017), el grupo de investigación Estudios de Periodismo en la AMIC continúa en proceso de configuración. La adopción de la nomenclatura internacional en esta asociación ha sido importante para legitimar la diferenciación en la producción académica sobre periodismo en México; pero, en su conjunto, tal producción no ha mostrado un desarrollo del conocimiento equiparable al que se expone en las asociaciones internacionales, donde se discute e incluso se teoriza sobre las permanencias, cambios y transformaciones en el periodismo como objeto complejo de análisis y campo de investigación específico.

Es significativo que sólo 4 de los 1 281 Cuerpos Académicos (CA)¹¹ –“Área Sociales y Administrativas”– reconocidos en 2017 por la Secretaría de Educación Pública (SEP) en México incluyan el término “periodismo” en su nombre, o en sus líneas de investigación (Cuadro 2). También es relevante observar que la mayoría de los científicos que han publicado investigación sobre periodismo forman parte de CA cuyas líneas de trabajo y enfoques de estudio son como un “paraguas” que cubre todo, por lo que no constituyen una comunidad científica diferenciada. Si bien hay avances, puede sostenerse que entre la comunidad académica de la comunicación en México, persiste una falta de interés por el periodismo como campo específico de investigación social.

La incipiente diferenciación de la investigación sobre periodismo en México se constata, también, en las temáticas de las numerosas ponencias presentadas en el GI Estudios de Periodismo, durante los encuentros anuales de la AMIC. En este grupo han participado investigadores que analizan: historia de la prensa, discursos en los medios, mensajes periodísticos, medios desde la perspectiva de género, semiótica de la imagen, narrativa periodística y algunos fenómenos desde la sociología del periodismo y la economía política de los medios.¹² En 2011, Elvira Hernández Carballido realizó un balance sobre el crecimiento y fortalecimiento del grupo. En documento inédito que organiza las ponencias hasta 2011, e incluye notas generales hasta 2015,¹³ Hernández Carballido da cuenta de cinco clasificaciones de temas relativamente constantes en las exposiciones dentro del GI Estudios de Periodismo de la AMIC:

¹¹ Los Cuerpos Académicos (CA) son una figura creada por la Secretaría de Educación Pública (SEP) en México para coordinar la producción de conocimiento y la docencia con base en líneas de investigación. Estos grupos son evaluados y registrados por la Dirección de Superación Académica, a través del Programa para el Desarrollo Profesional Docente (PRODEP) (<https://promep.sep.gob.mx/ca1/>).

¹² La variedad de temáticas presentes en mesas del GI Estudios de Periodismo se constata en las Memorias de la AMIC 2011 a 2015, y en el registro no publicado de Elvira Hernández Carballido (2015).

¹³ El balance y notas referidos fueron proporcionados a la autora por Hernández Carballido.

1. Análisis del periodismo.
2. Historia de la prensa y biografías de periodistas.
3. Nuevas tecnologías y periodismo.
4. Periodismo y participación femenina.
5. Periodismo en los estados.

Cuadro 2
Cuerpos Académicos que incluyen “Periodismo”
Área: Sociales y Administrativas
Programa para el Desarrollo Profesional Docente, 2017

Universidad Autónoma de Nuevo León DES: Facultad de Ciencias de la Comunicación Dirección electrónica: http://www.uanl.mx/utilerias/controloria_social/InformePROMEP.php	UANL-CA-204 Estudios de Comunicación Mediática, Educativa y Organizacional	Estudios sobre comunicación educativa, modalidades e innovaciones; comunicación social/Comunicación organizacional, en las relaciones públicas, <i>en el periodismo educativo</i> y gestión del conocimiento/Análisis de discursos mediáticos desde la perspectiva semiótica, de la ética, la legislación de medios, argumentación, equidad de género y de la estructura/ El lenguaje, su clasificación y componentes
Universidad Autónoma de Nuevo León DES: Facultad de Ciencias de la Comunicación Dirección electrónica: http://www.uanl.mx/utilerias/controloria_social/InformePROMEP.php	UANL-CA-239 Estudios de Cultura, Comunicación y Tecnologías de la Información	Estudios sobre cultura, comunicación y sociedad/Estudios sobre comunicación, tecnología y educación/Comunicación pública de la Ciencia/<i>Periodismo científico y especializado</i>
Universidad Veracruzana DES: Área Académica de Humanidades-Xalapa Dirección electrónica: http://www.uv.mx/transparencia/infpublica/FondosConcursables/	UV-CA -404 Estudios Sociopolíticos	Estudios sociopolíticos
Universidad de Guadalajara DES: Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades Dirección electrónica: http://www.transparencia.udg.mx/informacion-promep-2011	UDG-CA -841 <i>Estudios sobre Periodismo</i>	Mediaciones institucionales, organizacionales y profesionales en las <i>prácticas periodísticas/Periodismo</i> y convergencia tecnológica

Fuente: Elaboración propia.

En el Cuadro 3 pueden verse las variaciones temáticas de las mesas del GI Estudios de Periodismo en cinco años (2011-2015), no siempre en función de especialización; la nomenclatura de las mesas es indicativa del proceso embrionario de diferenciación de la investigación sobre periodismo entre la comunidad académica en México. La amplitud y vaguedad de rubros como “Análisis del periodismo” y “Periodismo en los estados” sugieren ausencia de especificidad. Es importante subrayar que quienes han participado en este grupo a lo largo de su historia, no constituyen una comunidad permanente; esto se describe enseguida.

Cuadro 3 Mesas temáticas por año y secuencia transversal Grupo de Investigación Estudios de Periodismo Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación				
2011	2012	2013	2014	2015
Análisis del periodismo		Discurso periodístico	Análisis y periodismo	Análisis del periodismo
Historia de la prensa y biografías de periodistas				
Nuevas tecnologías y periodismo				
Periodismo y participación femenina	Periodismo y presencia femenina	Mujeres y periodismo	Mujeres y periodismo	
Periodismo en los estados	Prensa en los estados	Periodismo en los estados		Periodismo en los estados
	Periodismo en la Ciudad de México			
	Periodismo y violencia		Violencia en el periodismo	
		Periodismo y contextos		
		Periodismo y cultura		
			Periodismo y campo académico	
			Escenarios del periodismo	Periodismo en otros escenarios de la comunicación
				Inmediaciones de los estudios de periodismo
				Periodismo especializado

Fuente: Elaboración propia con base en Hernández Carballido (2015).

Según el reporte de Hernández Carballido, en el periodo 2009 a 2015 se puede identificar a cuatro tipos de participantes en los encuentros anuales de AMIC: “Investigadores especializados en el estudio del periodismo”; “Estudiantes de maestría”, que exponen avances de tesis; “Periodistas”, que comparten experiencias, e “Investigadores no especializados en el área”, que se presentan una vez “y ya no vuelven a integrarse” (2015 / mimeo, pp. 11-13). Además de que la comunidad aún no termina de configurarse, su estructura en ciernes se fragiliza porque algunos investigadores cuya producción es sólida, y temáticamente correspondería al GI Estudios de Periodismo, oscilan entre este GI y el de Comunicación Política, donde encuentran mayor interlocución, por tratarse de un espacio más consolidado o más legitimado.

Una década de esfuerzos individuales

Para dar seguimiento al proceso de diferenciación de la investigación sobre periodismo en México¹⁴ se hizo una exploración de los trabajos publicados durante los años 2005 a 2015, disponibles en la plataforma del Centro de Documentación CC-CEDOC. Se intentó identificar tendencias en temáticas, objetos de estudio y abordajes teórico-metodológicos en la producción académica del periodo. Se buscaba, además, señalar las ausencias (temas, objetos y acercamientos), considerando el avance internacional. La idea de plantear “las ausencias”, o aquello que no se está haciendo, resultó ambiciosa ante las características de la producción de una comunidad en configuración aún no diferenciada ni legitimada en México.

La búsqueda en el catálogo digital se hizo año por año a través de las palabras clave: *periodismo*, *periodistas*, *prensa*, *noticia*, *noticieros*, *producción periodística*, *periódicos* y *prácticas periodísticas*. Se encontraron 201 registros apropiados, y se conformó una base de datos que incluye: nombre de autores, título del trabajo, temática predominante, trayectoria de los investigadores y enlaces directos o indirectos para consultar la versión digitalizada (en CC-DOC o en otras fuentes).¹⁵ Una primera exploración de las publicaciones elegidas permitió descartar aquellas que no tenían como objeto central de estudio al periodismo, o a fenómenos vinculados con éste. En diversos casos, por ejemplo, los títulos y los resúmenes incluían el nombre de algún diario impreso o de algún telenoticiario, y por ello aparecían en las búsquedas. Sin embargo, el contenido de tales investigaciones correspondía, más bien, a la semiótica, la comunicación política o los estudios sobre el discurso, sin relevancia específica para la investigación sobre periodismo. De los 201 registros iniciales, se excluyeron tanto los trabajos no pertinentes como aquellos que fueron publicados más de una vez (en distintas revistas). Así, el número de

¹⁴ El despegue de los Estudios sobre Periodismo en México se sitúa entre los años 1995-2005, y la incipiente institucionalización desde 2005, según se ha descrito al inicio de este texto.

¹⁵ La revisión del catálogo de CC-DOC, año por año, y la elaboración de una primera base de los registros fue posible gracias al valioso trabajo de María de la Luz Castañón Barragán, asistente de investigación del proyecto durante 2014-2015 (PRO-SNI).

artículos, capítulos, tesis y libros¹⁶ con aportes a la investigación sobre periodismo en México se redujo a 172 en el periodo 2005-2015 (Cuadro 4).

Cuadro 4				
Trabajos de investigación sobre periodismo 2005-2015 registrados en la base CC-DOC				
Artículos	Capítulos	Tesis	Libros	Total de la muestra
62	74	28	8	172

Fuente: Elaboración propia.

Catálogo de Documentación en Ciencias de la Comunicación y búsquedas complementarias

No existe un registro nacional exhaustivo de la producción científica en el campo de la comunicación en México, ni impreso ni digital. Como se dijo, el recurso más completo al respecto es el CC-DOC, y en él se incluyen las publicaciones que pueden clasificarse como “Estudios sobre Periodismo”. Este catálogo se alimenta y actualiza con los materiales que hacen llegar los propios autores, los miembros del CONEICC, y las asociaciones y grupos académicos interesados. La sistematización de los documentos depende del momento en que son remitidos al CC-DOC y de los recursos humanos y técnicos disponibles en la universidad que lo resguarda: el ITESO. La revisión del catálogo en meses diferentes de un mismo año puede arrojar nuevos registros de periodos precedentes. Las búsquedas para este trabajo se realizaron entre 2014 y 2015. En el mes de marzo de 2017 se exploró, nuevamente, el último año del periodo reportado (2015).

Con el propósito de subsanar omisiones importantes en la exploración documental, se consultaron perfiles publicados en Academia.edu y LinkedIn de investigadores mexicanos consolidados que escriben principalmente sobre periodismo; se quería garantizar que sus trabajos más relevantes en Estudios sobre Periodismo (2005-2015) estuvieran incluidos. La búsqueda adicional confirmó que la mayor parte de la producción académica de nuestro interés está registrada en CC-DOC. Solamente se agregaron al listado preliminar tres publicaciones de reciente difusión (en 2015) y una tesis (en proceso de clasificación).¹⁷ También se revisaron algunas

¹⁶ Se cuentan como “libros” aquellos con uno o más autores responsables de la totalidad de la obra. Los textos que reúnen capítulos escritos por distintos autores se contabilizan sólo como “capítulos”. Las publicaciones de trabajos relacionados entre sí por objetivos comunes son excepcionales. Es más común que se reúnan capítulos independientes, publicados en conjunto para satisfacer necesidades institucionales.

¹⁷ Por recomendación a los autores, tres de los trabajos encontrados en Academia.edu se enviaron a CC-DOC después de la búsqueda inicial para este texto.

de las memorias de los encuentros de la AMIC, accesibles en versión digital, y textos que fueron editados como capítulos en libros de la propia asociación. Un número considerable de las ponencias del GI Estudios de Periodismo en la AMIC no fueron publicadas ni están en el CC-DOC. Las ponencias no son referidas en el presente trabajo.

Es importante resaltar que, a diferencia de la exploración de Hernández-Ramírez y Schwarz en 2008, en ésta sí se incluyeron las tesis de maestría y doctorado disponibles en el CC-DOC, ya que las investigaciones de grado son algunas de las más completas en México, y sus resultados, muchas veces, sólo pueden recuperarse a través de las tesis.

Investigación sobre periodismo en México: ¿quiénes, qué y cómo?

Después de la selección en CC-DOC, y del examen de las contribuciones en busca de temas predominantes, objetos de estudio y abordajes teórico-metodológicos, se ensayaron distintas formas de presentar los registros, para facilitar su consulta y obtener conclusiones. Los resultados de todo este esfuerzo se plasmaron en las Tablas 1-10 que clasifican los 172 registros de acuerdo con 10 categorías, construidas a partir de las tendencias temáticas predominantes en el conjunto (Cuadro 5).

Cuadro 5	
Categorías temáticas en investigación sobre periodismo en México 2005-2015	
	Número de registros*
Análisis de cobertura periodística /o tratamiento informativo	35
Análisis de discurso en medios	10
Representaciones de grupos o temas en la prensa	14
Análisis de prácticas periodísticas	35
Dimensión institucional/Factores estructurales del periodismo en México	35
Aportaciones teóricas/Revisiones teóricas	11
Aportaciones metodológicas	4
Estados del arte /Aportaciones	9
Periodismo y perspectiva de género	10
Géneros periodísticos/Narrativa/Perspectiva literaria	9
Total	172

*Se incluyen: artículos, capítulos, tesis y libros no compilados.

Fuente: Elaboración propia.

Las tablas de referencias bibliográficas por cada una de las clasificaciones construidas conforman el principal aporte de esta amplia revisión. En ellas se proporcionan tres elementos para situar las publicaciones e inferir, de manera preliminar, ciertas tendencias en la producción científica sobre periodismo en México: en primer lugar, la referencia completa; en segundo, la temática que predomina en el

trabajo (no siempre presente en el título);¹⁸ finalmente, la técnica o el método¹⁹ identificables o declarados en la publicación (en muchos casos, no fue evidente el abordaje teórico-metodológico, sino la técnica empleada para la obtención de datos). Por último, se descartó la pretensión de reportar los “objetos de estudio” predominantes. Una inmersión más profunda en cada texto permitiría precisar lo que no se logró esquematizar en este acercamiento.

Informes Quid y libros específicos

En CC-DOC recuperamos los informes anuales Quid, del Observatorio de Medios del ITESO, una serie titulada *Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco*, cuyos volúmenes se componen de capítulos escritos por autores diferentes. Las aportaciones de esos capítulos no se distinguen en la clasificación del CC-DOC porque la publicación de cada informe se registra bajo el nombre de su coordinador o coordinadora. Por lo mismo, y porque los criterios académicos en los numerosos trabajos de Quid son variables,²⁰ se decidió seleccionar y presentar en un listado distinto al de las 10 tablas temáticas (Tablas 1-10) sólo aquellos capítulos relevantes para la investigación sobre periodismo en México (Tabla 11).

Una última tabla complementaria (Tabla 12) reúne el listado de libros registrados en CC-DOC (2005-2015), cuyo objeto común de estudio es el periodismo. En ella se indican las categorías en que fueron clasificados y contabilizados sus contenidos. No aparecen ahí compilaciones ni libros multitemáticos.

Límites del trabajo y conclusiones

- El cuerpo de estudios examinado y clasificado en este texto (172 publicaciones) es una muestra parcial, incompleta, pero bastante significativa del tipo de producción académica sobre periodismo que ha predominado en México en la década 2005-2015. Asumimos que hay ausencias e imprecisiones involuntarias en el reporte, mismo que se propone como materia prima para continuar el seguimiento al proceso de diferenciación de los Estudios sobre Periodismo en México.
- La institución en 2005 del GI Estudios de periodismo en la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, AMIC, representa un avance en la

¹⁸ Se consideró necesario distinguir en las tablas de referencias bibliográficas la temática predominante en las investigaciones, ya que en ocasiones los títulos son metafóricos y los resúmenes no la precisan.

¹⁹ Por economía, se plantea la terminología “técnica o método”; no se proponen como expresiones sinónimas.

²⁰ Una parte importante de los textos publicados en los informes Q no son reportes de investigación, sino ensayos; algunos sí tienen trabajo de campo y exponen su método y base teórica. Sin embargo, todas las contribuciones de “Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco” se presentan en conjunto en un listado especial.

legitimación de un campo de estudio y fenómeno social complejo con “aspectos normativos, históricos, culturales, sociológicos y políticos”, que antes de esa distinción se encontraban eclipsados, según análisis de Robert Craig (2009: ix). La diferenciación de la investigación sobre periodismo en las asociaciones y publicaciones internacionales de referencia contribuyó al cambio del discurso académico al respecto, y ha propiciado el interés en los investigadores mexicanos por involucrarse en el diálogo internacional. No obstante, se trata de un avance incipiente y la comunidad científica interesada en el país continúa siendo reducida.

- Si bien el número de publicaciones clasificadas como “Estudios de Periodismo” aumenta en el país, lo mismo que las reuniones académicas en torno a temáticas relacionadas, no se trata todavía de signos de consolidación. A 12 años de su institución (2005-2017), el GI Estudios de Periodismo en la AMIC está en proceso de configuración y en búsqueda de una identidad específica.
- La información presentada en las tablas temáticas (Tablas 1-10) que clasifican los 172 registros visibiliza esfuerzos individuales, y sólo algunos colectivos, de investigación sobre el periodismo en el lapso 2005-2015. En su conjunto, se reafirman las conclusiones de la exploración 1950-2005 reportadas por Hernández-Ramírez y Schwarz (2008), en “Journalism Research in Mexico. Historical Development and Research Interests in the Latin American Context”, particularmente que “las publicaciones identificadas se caracterizaron por ser esfuerzos aislados, individuales, y desde líneas de investigación imprecisas” y que prevalece “la influencia del medio socio político” en la investigación (p. 218). Dadas las características del sistema mexicano y del funcionamiento de sus instituciones (medios de comunicación incluidos), consideramos ineludible la incidencia del medio sociopolítico en la investigación sobre periodismo. Sin embargo, se trata sólo de un factor, entre otros, que podría explicar el aplazamiento de mayores esfuerzos de construcción teórica y de propuestas metodológicas. Los registros clasificados aquí como aportaciones teóricas (11) y metodológicas (4) son, en su mayoría, revisiones conceptuales bien estructuradas y planteamientos bien organizados.
- Al igual que en el estudio sobre la producción 1950-2005 que se ha referido, en el conjunto de las publicaciones examinadas en éste (2005-2017) sobresale el uso de técnicas de análisis de contenido y etnográficas. Los fundamentos teóricos y la justificación de los abordajes en los trabajos de análisis de contenido no se especifican en todos los casos. En los acercamientos etnográficos se declara más la realización de entrevistas que de observación participante, no siempre se combinan ambas técnicas. Es importante señalar que la descripción de “Técnica/Método” en las tablas temáticas no pudo reportarse con criterios uniformes, por falta de elementos explícitos en las publicaciones.

- Se constata el enorme peso de las determinaciones institucionales en la producción del conocimiento en México. Hipotetizamos que las exigencias del sistema de apoyo a la investigación generan prácticas que nos mantienen al margen de discusiones internacionales; por ejemplo, no se identifican proyectos de investigación conjunta,²¹ y se tienen pocos libros producto de Estudios sobre Periodismo bajo criterios comunes acordados entre participantes. En cambio, se observa la predominancia de compilaciones y memorias que reúnen avances de trabajos diferentes, y satisfacen el imperativo de publicar.
- Aunque las ponencias en los encuentros de la AMIC²² no fueron clasificadas, la diversidad en sus temas y enfoques sugieren la necesidad de continuar en búsqueda de especificidad de los fenómenos analizados, de anclajes teórico metodológicos enriquecidos, de descripción de los contextos de observación y de confrontación con los avances del debate internacional.
- Por último, para futuros esfuerzos de seguimiento de la producción académica sobre periodismo en México, se advierte la necesidad de una revisión más extensa que continúe explorando CC-DOC (por su riqueza), pero que amplíe la confirmación y complementación de trabajos existentes en las redes de difusión académicas Researchgate.net y Academia.edu, u otras que permitan situar en México a quienes analizan de manera sistemática (más que eventual) los fenómenos periodísticos desde perspectivas de las Ciencias sociales.

²¹ En 2007 inició la participación de investigadores mexicanos en el proyecto internacional Worlds of Journalism Study, un programa de investigación comparada en torno al amplio concepto de “Culturas periodísticas” y encabezado por el profesor alemán Thomas Hanitzsch (<http://www.worldsofjournalism.org>). La autora de este capítulo participó en la primera fase del magno proyecto (2007-2009); más tarde, la investigadora Mireya Márquez Ramírez continuó a nombre de México en las siguientes etapas. Deliberadamente, no fueron clasificadas aquí las publicaciones de *WofJ* (2010-2015) que incluyen datos de México; sostenemos que la epistemología y método del proyecto merecen un amplio análisis aparte.

²² Memorias de AMIC 2011 a 2015.

Estudios sobre periodismo en México 2005-2015
Tablas por categoría temática

Tabla 1
Análisis de cobertura periodística /o tratamiento informativo

Publicación	Temática	Técnica o método
Acosta, F. M. (2006). La prensa de referencia mexicana y el discurso del MERCOSUR. Tesis de maestría no publicada en Comunicación. Universidad Iberoamericana, México.	El MERCOSUR en <i>El Universal, La Jornada y Reforma</i>	Análisis de contenido/Agenda setting
Acosta García, R. G., Larrosa-Fuentes, J. y Palaú Cardona, M. S. (2014). Decisiones públicas sin diálogo público: análisis de los argumentos sobre el caso de Vía Expres vertidos en la prensa de Guadalajara. <i>Comunicación y Sociedad</i> (21), 133-159.	Diálogo público sobre proyecto “Vía Expres” en Guadalajara	Análisis de contenido/ Argumentación/ Calidad del diálogo
Agüero Aguirre, C. (2010). La presencia del sida en los diarios tapatíos: análisis de contenido en <i>El Informador, Público-Milenio y Mural</i> a propósito de la XVII Conferencia Internacional sobre el sida. Tesis de maestría no publicada en Comunicación de la Ciencia y la Cultura. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Tlaquepaque, México.	VIH/SIDA en la prensa de Guadalajara	Análisis de contenido
Benassini Félix, C. (2009). La “Ley Televisa”: tratamiento temático en cinco periódicos de la Ciudad de México. En J. Esteinou y A. R. Alva de la Selva (Coords.), <i>La “Ley Televisa” y la lucha por el poder en México</i> (pp. 611-628). México: Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.	La “Ley Televisa” en prensa de referencia/ Simplificación informativa	Análisis de contenido
Chihu Amparán, A. (2010). <i>El framing de la prensa</i> . Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa/ Porrúa.	Campaña presidencial 2006 México/Conflicto postelectoral en <i>La Jornada y Reforma</i>	Framing/Análisis de contenido
De la Garza Becerra, L. A., Glockner, N. y Jiménez, A. (2009). Del closet a la primera plana: el impacto comunicativo del movimiento gay en México, como un movimiento social emergente. En S. Molina y Vedia (Coords.), <i>Comunicación y sistemas emergentes</i> (pp. 101-138). México: Universidad Nacional Autónoma de México.	Marcha del orgullo gay/Movimientos sociales	Análisis de contenido
Del Palacio Montiel, C. (2015). “En Veracruz se aprende a vivir con miedo”. Violencia y medios de comunicación en Veracruz 2010-2014. En C. Del Palacio Montiel (Coord.), <i>Violencia y periodismo</i>	La información sobre violencia en el <i>Diario de Xalapa</i> , Veracruz	Análisis de contenido/ Entrevistas

Publicación	Temática	Técnica o método
<i>regional en México</i> (pp. 405-452). México: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología /Juan Pablo Editor.		
Echeverría Victoria, M. (2012). La preeminencia de la fuente gubernamental en la construcción de encuadres periodísticos. El caso de la pobreza. <i>Derecho a Comunicar</i> (6), 43-63.	Fuentes gubernamentales/ Encuadres periodísticos	Análisis de contenido y de la lógica mediática
Echeverría Victoria, M. y Martín Millet, A. (2013). El “infoentretenimiento” en campaña. El caso de los debates presidenciales del año 2012. En C. A. Gutiérrez Vidal (Ed.), <i>Anuario de Investigación de la Comunicación</i> (pp. 235-254). México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación.	Contenido y cobertura de debates en elecciones presidenciales 2012	Análisis de contenido y de la lógica mediática
Echeverría Victoria, M. y Bañuelos Ramírez, R. (2015). El infoentretenimiento en los procesos parlamentarios. El caso de la Reforma Energética. <i>Anuario de Investigación de la Comunicación XXII</i> (pp. 41-61). México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación.	Cobertura de Televisa y TV Azteca de la Reforma Energética de 2013	Análisis de contenido y de la lógica mediática
Gómez Rodríguez, G. (2012). ¿Acuerdo entre medios para la cobertura de la violencia? El caso de Milenio-Jalisco. <i>Versión. Estudios de Comunicación y Política</i> (29), 1-23.	Violencia del crimen organizado en Milenio-Jalisco, antes y después del Acuerdo para la Cobertura Informativa de la Violencia	Análisis de contenido
Juárez Gámiz, J. (2013). Si diga, ¿por cuál vota?: Editorialización y exposición selectiva en radio y televisión en la campaña presidencial 2012. <i>Derecho a Comunicar</i> (7), 76-89.	Editorialización periodística	Análisis de contenido
Juárez-Gámiz, J. (2015). Organized crime and news treatment in Mexico: A longitudinal analysis of three news shows. <i>Journal of Latin American Communication Research</i> , 5 (1), 37-63.	Tratamiento de noticias sobre crimen organizado en: <i>El Noticiero</i> (Televisa), <i>Hechos</i> (Azteca), <i>Once noticias</i> (C11)	Análisis longitudinal de contenido
Lara Guevara, C. (2013). Es la preocupación que nos tiene ahorita traumatados. El impacto del cubrimiento sobre la violencia en la prensa escrita. <i>Signo y Pensamiento</i> , XXXII (62), 32-47.	Percepción de violencia	Análisis de discurso

Publicación	Temática	Técnica o método
Lara y Mateos, R. M. (2006). La llegada del VIH/sida al puerto de Veracruz: la visión de los medios informativos locales. En L. A. Guadarrama Rico, P. Reyes y J. Valero (Coords.), <i>Comunicación y salud. Coordinadas juveniles y familiares</i> (pp. 59-76). México: Red Iberoamericana de Investigación en Familia y Medios de Comunicación.	VIH/SIDA en Veracruz	Análisis de contenido
López Rocha, M. M. y Castillo Ruiz, T. M. (2013). Mercado electoral y simulación periodística: campañas políticas al Congreso de la Unión en Oaxaca, 2012. <i>Derecho a Comunicar</i> (7), 34-58.	El proceso electoral Oaxaca 2012/ Campañas al Congreso	Análisis de contenido
Lozano Rendón, J. C., Cantú, J., Martínez, F. J. y Smith, C. (2012, julio/diciembre). Evaluación del desempeño de los medios informativos en las elecciones de 2009 en Monterrey. <i>Comunicación y Sociedad</i> (18), 173-197.	Usos y lecturas de noticias electorales por votantes en Nuevo León, Gubernatura 2009	Encuesta telefónica (percepción y evaluación de la cobertura electoral)
Magaña Hernández, G. (2006). La opinión de Carlos Pereyra Boldrini en la prensa: presencia y sentido a partir de una muestra. Tesis de maestría no publicada en Comunicación de la Ciencia y la Cultura. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Tlaquepaque, México.	Estructuras discursivas de la prensa que configuran el debate público/ Carlos Pereyra Boldrini	Análisis de contenido
Márquez Pérez, M. E. y Carrillo Torres, A. (2006). La Gioconda en México. En M. L. Romero Álvarez (Coord.), <i>Espejismos de papel. La realidad periodística</i> (pp. 13-48). México: Universidad Nacional Autónoma de México.	El robo de <i>La Gioconda</i> en la prensa mexicana	Análisis de contenido
Martínez Garza, F. J., Giner, M., Jaramillo, G. y Leija, R. (2015). La representación de los actores del sistema social en los telediaros de México. <i>Anuario de Investigación de la comunicación XXII</i> (pp. 163-181). México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación.	Cobertura periodística de actores sociales en <i>El Noticiero</i> (Televisa), <i>Hechos</i> (TV Azteca), <i>Las Diez de Milenio</i>	Análisis de contenido
Mercado Martínez, F. J. (2014, enero/junio). La donación y el trasplante de órganos en la prensa escrita. Un estudio en el Occidente de México. <i>Comunicación y Sociedad</i> (21), 161-180.	Cobertura sobre la donación y trasplante de órganos, Jalisco	Análisis de contenido
Meza Lueza, J. (2009). Persuasión versus conflicto: la imagen de las relaciones públicas en los medios impresos estadounidenses durante los años 90. En P.	Imagen de la profesión de Relaciones Públicas	Análisis de contenido/ <i>Framing</i>

Publicación	Temática	Técnica o método
Ricaurte Quijano (Coord.), <i>Perspectivas en Comunicación y Periodismo</i> no. 2 (pp. 103-123). México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Ciudad de México.	en periódicos estadounidenses	
Moreno Esparza, G. (2011). Noticiero Univisión: Coverage of the Arizona Law as a case study about the construction of diasporic public spheres. <i>Westminster Papers in Communication and Culture</i> , 8 (1), 65-101.	La “Ley Arizona” en Univisión (<i>News actors/News sources</i>)	Análisis de contenido/ <i>Framing</i>
Muñiz, C. (2011). Encuadres noticiosos sobre migración en la prensa digital mexicana. Un análisis de contenido exploratorio desde la teoría del framing. <i>Convergencia</i> , 18 (55), 213-239.	La migración en la prensa digital mexicana	Análisis de contenido/ <i>Framing</i>
Muñiz, C. (2015). La política como debate temático o estratégico. <i>Framing</i> de la campaña electoral mexicana de 2012 en la prensa digital. <i>Comunicación y Sociedad</i> (23), 67-95.	Tratamiento informativo de campaña a la Presidencia en prensa digital	Análisis de contenido/ <i>Framing</i>
Peimbert Reyes, A. (2006). Visión de la prensa respecto a la situación de adicción entre las mujeres mexicanas, 1997-1999. <i>Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales</i> (197), 149-162.	Adicción entre mujeres en México	Análisis de contenido/ Encuesta
Reyna García, V. H. (2014). <i>Nuevos riesgos, viejos encuadres: la escenificación de la inseguridad pública en Sonora</i> . Hermosillo, México: El Colegio de Sonora.	Inseguridad pública en Sonora, en <i>El Imparcial y Expreso</i>	Análisis de contenido/ Encuadres dominantes
Rodelo Amezcua, F. V. (2013). El papel del consenso en las élites políticas en los marcos en la comunicación: la discusión sobre la Ley de Seguridad Nacional en la Cámara de Diputados. En C. A. Gutiérrez Vidal (Ed.), <i>Anuario de Investigación de la Comunicación</i> (pp. 215-234). México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación.	Discusión del borrador de reforma de Ley de Seguridad Nacional, 2011	Análisis de contenido/ <i>Framing</i>
Rodelo Amezcua, F. V. (2014). El papel de las videgrabaciones y fotografías en la cobertura periodística de las manifestaciones de estudiantes de la normal Rural de Ayotzinapa en 2011. <i>Caleidoscopio</i> (30), 55-72.	Evidencias videográficas en la cobertura de la protesta 2011 de estudiantes de Ayotzinapa	Análisis de marcos de la comunicación/ <i>Framing</i>
Rodelo Amezcua, F. V. (2015). El tratamiento de la Iniciativa Mérida en los periódicos mexicanos: análisis de encuadres y exploración del papel de la orientación	La iniciativa Mérida en <i>El Universal</i> , <i>La Jornada</i> y <i>Reforma</i>	Análisis de encuadres/y <i>Media input</i> presidencial

Publicación	Temática	Técnica o método
política de las publicaciones y el <i>media input</i> presidencial. Tesis de doctorado no publicada en Ciencias Sociales. Universidad de Guadalajara, México.		
Rodelo Amezcua, F. V. (2015). Sinaloa: ejercicio del periodismo y cultura de la legalidad en el tratamiento de la delincuencia. En C. Del Palacio Montiel (Coord.), <i>Violencia y periodismo regional en México</i> (pp. 327-363). México: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología/Juan Pablo Editor.	Contenidos de cultura de la legalidad en notas sobre delitos en diarios de Sinaloa	Análisis de contenido
Tinajero Portilla, R. (2013). La guerra contra el narcotráfico en la prensa mexicana. Un estudio del tratamiento informativo (<i>framing</i>) en la cobertura de <i>El Universal</i> , <i>La Jornada</i> y <i>Milenio Diario</i> . Tesis de maestría no publicada en Ciencias Sociales. Universidad de Guadalajara, México.	“Guerra vs. Narcotráfico”	Análisis de contenido/ <i>Framing</i>
Valdez Zepeda, A. y Rivera Fernández, R. (2009). Obama en la prensa latinoamericana. <i>Revista Latina de Comunicación Social</i> (64), 120-126.	Obama, presidente electo, en diarios de América Latina	Análisis de contenido/Teoría de <i>media setting</i>
Villegas, E. A. (2006, enero/junio). La redefinición editorial de los medios de comunicación mexicanos después de 2000. El caso de la cobertura de la marcha zapatista. <i>Comunicación y Sociedad</i> (5), 35-57.	La marcha zapatista	Análisis de discurso
Zepeda Martínez, C. (2007). Periodismo científico-tecnológico y cultural. Análisis de contenido de la prensa local en Guadalajara. Tesis de maestría no publicada en Comunicación. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Tlaquepaque, México.	Información de ciencia, tecnología y cultura	Análisis de contenido

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2
Análisis de discurso en medios

Publicación	Temática	Técnica o método
Alonso, P. (2015). Satiric infotainment in Mexico: The case of Brozo, el Payaso Tenebroso. <i>Cuadernos. info</i> (37), 77-90. DOI: 10.7764/cdi.37.820	<i>Infoentretentimiento</i> satírico en la televisión mexicana. <i>Brozo</i> como comunicador político	Análisis textual y discursivo (Jensen y Janowsky; Van Dijk)
Andrade del Cid, P. (2011). El discurso político a través de la prensa veracruzana. En N. Pareja, N. y S. Molina (Coords.), <i>Comunicación política en México. Retos y desafíos ante el proceso democratizador global</i> (pp. 219-232). México: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.	Representaciones del espacio público en la prensa de Veracruz	Análisis de contenido/ Representaciones sociales en la noticia
Gamboa Esteves, A. (2009). Discurso informativo en la radio poblana: hechos, actores y referentes que lo caracterizan. En P. Durán y A. Gamboa (Coords.), <i>Visión interdisciplinaria de la comunicación</i> (pp. 79-96). México: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.	Discurso informativo de la radio	Análisis de hechos, actores y referentes
González González, G., Caballero Hoyos, J. R. y Chávez Méndez, M. G. (2011, julio/diciembre). Las metáforas de la influenza humana A (H1N1) en México: el escenario nacional al descubierto. Una aproximación a través de la prensa mexicana. <i>Comunicación y Sociedad</i> (16), 105-132.	Metáforas sobre el H1N1 en la cobertura de <i>El Universal</i> y <i>La Jornada</i> , 2009	Análisis del discurso/ Lingüística cognitiva/N. Fairclough (ACD)
González Reyna, M. S. (2010). El discurso político del periódico <i>Reforma</i> en las elecciones presidenciales del 2006. En L. Hinojosa y G. Sosa (Coords.), <i>Comunicación y crisis económica</i> (pp. 39-82). México: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación/ Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.	Las elecciones presidenciales de 2006 en el diario <i>Reforma</i>	Análisis de estrategias argumentativas
Reyna García, V. H. (2015). ¿El estado más seguro de la frontera? Periodismo, poder e inseguridad pública en Sonora. En C. Del Palacio Montiel (Coord.), <i>Violencia y periodismo regional en México</i> (pp. 365-403). México: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología/Juan Pablo Editor.	Discursos divergentes sobre la seguridad en Sonora (Bours/Padrés), en notas de <i>El Imparcial</i>	Análisis de contenido/Análisis de discurso
Salgado Andrade, E. (2007). La prensa escrita en México frente al cambio de régimen. <i>Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales</i> (199), 35-62.	La prensa como actor político en el cambio de régimen	Análisis de discurso lingüístico y semiótico

Publicación	Temática	Técnica o método
Terán Fuentes, A. (2014). La prensa como fuente histórica: el imaginario del siglo XIX con relación al progreso, la instrucción y la vulgarización de la ciencia. <i>Caleidoscopio</i> (30), 37-54.	Filosofía del progreso/Siglo XIX en prensa de Aguascalientes	Análisis del discurso /Investigación histórica
Williamson, R. y Fonte, I. (2005). Relaciones político-económicas entre México y Canadá. <i>Versión. Estudios de Comunicación y Política</i> (15), 65-84.	Relaciones político-económicas México-Canadá	Análisis del discurso (Bajtín)
Zires Roldán, M. (2007). Denunciar. La legitimación mediática de la represión social en México: Oaxaca, 25 de noviembre de 2006. <i>Versión. Estudios de Comunicación y Política</i> (20), 15-52.	La represión del movimiento social de la Asamblea Popular de los Pueblos de Oaxaca/ Televisa e impresos locales	Análisis de narrativas escritas y visuales

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3
Representaciones de grupos o temas en la prensa

Publicación	Temática	Técnica o método
Carabaza, J. (2007). El papel de la prensa en la construcción de las representaciones sobre la problemática ambiental en los habitantes de Saltillo, Coahuila. <i>Convergencia</i> , 14 (43), 39-71.	La problemática ambiental en prensa de Coahuila: <i>Vanguardia, El Diario de Coahuila y Palabra</i>	Análisis de contenido/Entrevistas a profundidad
Castells I Talens, A. (2005). Pueblos indígenas de México en <i>The New York Times</i> : la cobertura del conflicto de Chiapas, 1994-2001. En J. A. Calles Santillán (Ed.), <i>Anuario de Investigación de la Comunicación</i> (pp. 77-92). México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación.	Representación de pueblos indígenas de México (Chiapas) en el <i>New York Times</i>	Análisis microestructural (Van Dijk)
Echeverría Victoria, M. (2010). Representaciones periodísticas de la pobreza en la prensa mexicana. Análisis de contenido. En A. M. Ortiz Marín (Ed.), <i>Anuario de Investigación de la Comunicación</i> (pp. 25-41). México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación.	Representaciones de la pobreza en prensa mexicana de referencia de seis estados	Análisis de contenido/Prácticas periodísticas
Elizondo Martínez, J. O. (2007). Pragmática del estigma. Las representaciones icónicas de los indígenas en la prensa mexicana. En D. Lizarazo (Coord.), <i>Íconicas mediáticas: la imagen en televisión, cine y prensa</i> (pp. 93-106). México: Siglo XXI.	Estigmatización del indígena en fotografías de prensa anónimas	Análisis semiótico
Fregoso Centeno, A. (2009, enero/junio). Infancia y maternidad después de la Revolución: sus imágenes y representaciones a través de un diario tapatío (1917-1943). <i>Comunicación y Sociedad</i> (11), 163-192.	Representaciones de maternidad y niñez en <i>El Informador</i>	Historia cultural (Chartier)/Orden discursivo de género
Lutz, B. y Padilla, A. (2012, enero/junio). El rumor del nopal chino: construcción institucional y efectos sociales de noticias falsas. <i>Comunicación y Sociedad</i> (17), 179-204.	Rumor periodístico sobre importación del “Nopal chino” (origen, canales de difusión, instituciones y versiones)	Análisis sociológico
Martínez Mendoza, S. (2015). Narrativas de la violencia en Chiapas. En C. Del Palacio Montiel (Coord.), <i>Violencia y periodismo regional en México</i>	Narrativas de la violencia en diarios de Chiapas. <i>Cuarto poder, El Orbe,</i>	Análisis de contenido/Análisis histórico

Publicación	Temática	Técnica o método
(pp. 135-169). México: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología/Juan Pablo Editor.	<i>El Heraldo, Diario de Chiapas</i>	
Méndez Fierros, H. (2007). Representaciones mediáticas del agua, el clima y la energía eléctrica en zonas áridas: el caso de Mexicali, B.C. <i>Culturales III</i> (6), 121-146.	Agua, clima y energía eléctrica en <i>La Voz de la Frontera</i> , <i>Novedades</i> y <i>La Crónica de Baja California</i>	Análisis de contenido
Muriá, M. y Chávez, T. (2006). ¿Cómo vemos a nuestros vecinos del norte? Apuntes sobre la representación de San Diego en la prensa de Tijuana. <i>Comunicación y Sociedad</i> (6), 37-57.	San Diego en la prensa de Tijuana/ <i>El Mexicano</i>	Análisis de contenido
Retis, J. (2006). El discurso público sobre la inmigración extracomunitaria en España. Análisis de la construcción de las imágenes de los inmigrantes latinoamericanos en la prensa de referencia. Tesis de doctorado no publicada en América Latina Contemporánea. Universidad Complutense de Madrid, España.	Representación discursiva de inmigración latina en España, en <i>ABC</i> , <i>El Mundo</i> y <i>El País</i>	Análisis del discurso/Entrevistas a profundidad/Grupos de discusión
Reyes García, Z. E. (2007). Ni calladitas ni bonitas: las representaciones de las políticas mexicanas en la prensa de Guadalajara (2004-2007). Tesis de maestría no publicada en Comunicación de la Ciencia y la Cultura. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Tlaquepaque, México.	Representaciones de “Mujeres políticas” en prensa de Guadalajara: <i>El Informador</i> , <i>Público-Milenio</i> , <i>Mural</i>	Representaciones y estereotipos en los medios
Toscana Aparicio, A. (2010). Imaginando un desastre. El huracán Stan en la prensa. <i>Versión. Estudios de Comunicación y Política</i> (24), 281-302.	Representaciones de desastres naturales (huracán Stan) en prensa nacional (siete diarios)	Análisis cualitativo (Wenger; Lombardi; Button)
Vázquez González, N. (2008). La violencia mediática: un estudio de caso. <i>Convergencia</i> , 15 (47), 103-125.	Representaciones de la violencia (inseguridad pública) en <i>El Sol de Toluca</i> y <i>Reforma</i>	Macroestructuras semánticas/Análisis del discurso (Van Dijk)
Vázquez González, N. I. (2010). Violencia e inseguridad en la prensa: un estudio de caso. En L. Martell Gámez y J. Valero Vilchis (Coords.), <i>Agenda académica para una comunicación abierta</i> (pp. 59-80). México: Universidad Autónoma del Estado de México/Porrúa.	Representaciones de la violencia en la prensa/Instrumentación de políticas sobre seguridad	Análisis del discurso

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4
Análisis de prácticas periodísticas

Publicación	Temática	Técnica o método
Andrade-García, J. A. (2005). <i>La historia de vida como fuente de información en el periodismo escrito</i> . Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación, editado por Universidad Nacional Autónoma de México-Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.	Fuentes de información en el periodismo	Historia oral/ Análisis documental
Corral Velázquez, G. (2006). Análisis de las prácticas periodísticas en la Ciudad de Querétaro. Tesis de maestría no publicada en Comunicación. Universidad de Guadalajara, México.	Prácticas periodísticas/ Rutinas de producción en Querétaro	Etnografía/Habitus/ Campo (Bourdieu)
Corral Velázquez, G. (2011). Rutinas de producción informativa en el contexto de la alternancia política. El caso del proceso electoral 2009 en la ciudad de Querétaro. En N. Pareja y S. Molina (Coords.), <i>Comunicación política en México. Retos y desafíos ante el proceso democratizador global</i> (pp.160-171). México: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.	Rutinas de producción informativa en proceso electoral 2009, Querétaro	Entrevista semiestructurada
Crovi, D., Toussaint, F. y Tovar, A. (2006). <i>Periodismo digital en México</i> . Ciudad de México, México: Universidad Nacional Autónoma de México.	Transición de los medios masivos en México al periodismo digital: <i>La Jornada, Milenio, Reforma, Universal</i>	Entrevistas/Análisis de contenido de sitios web
Chávez, M. (2009). Making journalism and citizenship work: A model of civic and community participation in news production. En M. A. Guerrero y M. Chávez (Eds.), <i>Empowering citizenship though journalism, information, and entertainment in Iberoamerica</i> (pp. 133-156). México: Universidad Iberoamericana.	Participación ciudadana en la producción noticiosa/ Consejos editoriales en diarios del Grupo Reforma	Análisis de contenido/Entrevista semiestructurada
De la Peña Astorga, G. (2014). De lo nacional a lo local, superar el franquiciado de la noticia en una filial televisora de Saltillo. En A. De la Peña Astorga (Coord.), <i>¿Una tele para todos? Visiones de la diversidad en tres televisoras de Saltillo?</i> (pp. 83-107). México: Universidad Autónoma de Coahuila.	Conceptos de diversidad cultural, grupos marginales, minorías y grupos vulnerables en productores de telenoticieros en Coahuila	Análisis de producción de noticias/Entrevista semiestructurada

Publicación	Temática	Técnica o método
De León Vázquez, S. (2009). Comunicación y alteridad en los espacios público-mediáticos. En S. Bérnard y O. Sánchez (Coords.), <i>Vivir juntos en una ciudad en transición. Aguascalientes frente a la diversidad social</i> (pp. 271-292). México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.	Formas discursivas de la comunicación pública/Consenso y conflicto en abordaje noticioso de la diversidad	Mediación cognitiva para la producción del acontecer público (Martín Serrano)
De León Vázquez, S. y Hernández Tapia, E. R. (2015). La violencia en el periodismo de Aguascalientes. En C. Del Palacio Montiel (Coord.), <i>Violencia y periodismo regional en México</i> (pp. 49-89). México: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología/Juan Pablo Editor.	Violencia en las prácticas periodísticas y en el contenido noticioso/Medios de Aguascalientes	Análisis de contenido/Rutinas de producción periodística
Fabián González, E. A. (2012). Incidencia de las NTIC en las rutinas de producción periodística dentro de la sala de redacción: un acercamiento al diario Público Milenio de Guadalajara. <i>Derecho a Comunicar</i> (6), 64-80.	Incidencia del uso de tecnologías de información y comunicación en las rutinas de producción periodística <i>Público-Milenio</i>	Entrevista semiestructurada/Observación participante
Farina Ojeda, H. C. (2011). El perfil del lector de noticias en línea: interactividad y características del proceso de consumo de información. En T. Rodríguez Salazar (Coord.), <i>Discursos e imágenes en movimiento. Siete estudios de comunicación y cultura</i> (pp. 73-101). México: Universidad de Guadalajara.	Selectividad, interactividad y participación del lector en el consumo de noticias en línea	Etnografía virtual/Entrevista semiestructurada
Frankenberg, L. (2015, enero/junio). Interactividad y democracia deliberativa en el periodismo digital en México. <i>Comunicación y Sociedad</i> (23), 97-123.	Interactividad y deliberación en el periodismo digital en México	Análisis de sitios, de comentarios y de discusiones de usuarios
García Masip, F. (2009). Citizen journalism, cyberactivism and contemporary brazilian democracy: A deconstructive approach. En M. A. Guerrero y M. Chávez, <i>Empowering citizenship though journalism, information, and entertainment in Iberoamerica</i> (pp. 109-122). México: Universidad Iberoamericana.	Periodismo "ciudadano"/Ciberactivismo en Brasil	Deconstrucción del modelo canónico de periodismo
García Pereyra, R. y Salazar Gutiérrez, S. (2015). Medios de comunicación, periodismo y violencia(s) en Ciudad Juárez, México. En C. Del Palacio Montiel (Coord.), <i>Violencia y periodismo regional en México</i> (pp. 91-134). México: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología/Juan Pablo Editor.	Prácticas y estrategias periodísticas en contextos de violencia (Ciudad Juárez)	Análisis del uso retórico de notas / Análisis de la acción colectiva (Melucci)

Publicación	Temática	Técnica o método
Gervasi, F. (2014). Los grupos marginales ya no existen porque, gracias a la difusión de las redes sociales todo mundo se integra: la diversidad cultural según los gatekeepers de la televisora 1. En G. De la Peña Astorga (Coord.), <i>¿Una tele para todos? Visiones de la diversidad en tres televisoras de Saltillo?</i> (pp. 55-64). México: Universidad Autónoma de Coahuila.	Conceptos de diversidad cultural, grupos marginales, minorías y grupos vulnerables en productores de telenoticieros en Coahuila	Análisis de discurso (Van Dijk)
Gómez Rodríguez, G., Méndez Pupo, Y. y Cortés Lozano, M. (2015). Cobertura de la violencia ante la contención informativa: el retorno del PRI y sus viejas prácticas de control periodístico en la Zona Metropolitana de Guadalajara. En C. Del Palacio Montiel (Coord.), <i>Violencia y periodismo regional en México</i> (pp. 203-253). México: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología/Juan Pablo Editor.	Prácticas periodísticas en medios de Jalisco ante el hermetismo oficial en temas de violencia	Entrevistas/Observación/Investigación documental
González Macías, R. A. (2015). Investigative journalism in Mexico: Between ideals and realities. The case of Morelia. <i>Journal of Latin American Communication Research</i> , 5 (1), 3-36.	Ideales sobre el periodismo de investigación y prácticas concretas de periodistas en Morelia	Análisis de contenido/Entrevistas a profundidad
Guevara Castillo, M. (2009). Información política y opinión pública en la prensa: actores, polifonía y estrategias en la construcción del temario. Tesis de doctorado no publicada en Comunicación y Periodismo. Universidad de Santiago de Compostela, España.	Estrategias en la construcción del temario público	Análisis de contenido/Agenda setting
Gutiérrez Leyton, A. E. (2015). Medios de comunicación, poder y violencia en Nuevo León. En C. Del Palacio Montiel (Coord.), <i>Violencia y periodismo regional en México</i> (pp. 255-288). México: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología/Juan Pablo Editor.	Rutinas periodísticas de reporteros de nota policiaca y percepción del riesgo	Entrevista semiestructurada/Investigación documental
Hernández Blanco, Z. (2014). Concordancias y diferencias. En G. De la Peña Astorga (Coord.), <i>¿Una tele para todos? Visiones de la diversidad en tres televisoras de Saltillo</i> (pp. 108-122). México: Universidad Autónoma de Coahuila.	Conceptos de diversidad cultural, grupos marginales, minorías y grupos vulnerables en productores de telenoticieros en Coahuila	Síntesis de concordancias y diferencias (gatekeepers)

Publicación	Temática	Técnica o método
Juárez Meléndez, E. P. (2009). Los criterios de selección y jerarquización de las noticias en los medios de Ciudad Juárez, Chihuahua: los eventos del CERESO en el 2007. Tesis de maestría no publicada en Comunicación. Universidad Autónoma de Chihuahua, México.	<i>Newsmaking/gate-keeping</i> en medios de Ciudad Juárez, Chihuahua	Entrevista semiestructurada/Cuestionario biográfico
Lemini Camarillo, J. L. (2015). Periodismo en Coahuila, entre la violencia y el deber ser. En C. Del Palacio Montiel (Coord.), <i>Violencia y periodismo regional en México</i> (pp. 171-201). México: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología/Juan Pablo Editor.	Rutinas de producción y cobertura sobre violencia en diarios digitales de Coahuila	Entrevistas/Observación/Investigación documental
Lozano Rendón, J. C. (2005). Tendencias hacia la espectacularización y el sensacionalismo en la información política televisiva: un estudio comparativo de noticieros mexicanos, canadienses y estadounidenses. En J. C. Lozano Rendón (Ed.), <i>La comunicación en México: diagnóstico y retos</i> (pp. 231-256). México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey/Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación.	Espectacularización de noticieros de televisión/Sensacionalismo informativo	Análisis de contenido
Márquez-Ramírez, M. (2012). Valores normativos y prácticas de reporteo en tensión: percepciones profesionales de periodistas en México. <i>Cuadernos de Información</i> (30), 97-110.	Valores liberales-anglosajones del periodismo en el discurso de periodistas mexicanos	Entrevista estructurada
Martínez Garza, F. J. y Godínez Garza, F. A. (2013). La agenda de los telediarios en la contienda del 2012. <i>Derecho a Comunicar</i> (7), 59-75.	Estrategia periodística de noticieros de televisión al informar sobre elecciones federales 2012	Análisis de contenido/Agenda setting
Martínez Lozano, R. A. (2012). La transformación del campo periodístico por la incorporación de nuevas tecnologías digitales en las prácticas de la prensa escrita. Tesis de maestría no publicada en Comunicación de la Ciencia y la Cultura. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Tlaquepaque, México.	Uso de dispositivos digitales en la producción periodística/Reorganización y emergencia de prácticas en <i>El Informador</i>	Entrevistas /Observación participante /Cuestionarios biográficos y de trayectoria
Navarro-Westphal, A. M. (2005). La construcción del imaginario social de la cultura a partir de las	Periodismo cultural/Prácticas	Etnografía/Análisis de contenido y

Publicación	Temática	Técnica o método
y el periódico <i>am</i> . Tesis de maestría no publicada en Comunicación. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Tlaquepaque, México.	Cultural de León y del periódico A.M.	
Pérez Salazar, G. (2014). Dime a quién sigues y te diré quién eres. Análisis de las cuentas seguidas por los diarios <i>Vanguardia</i> , <i>Diario de Coahuila</i> y <i>Zócalo</i> a través de Twitter. <i>Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación</i> , 20 (20), 140-147.	Twitter como fuente noticiosa en diarios de Coahuila (registro comparado de cuentas)	<i>FollowerWonk</i> "/ Entrevista semiestructurada
Relly, J. E. y González de Bustamante, C. (2015). Silenciar el Norte: estudio de las influencias ejercidas sobre los periodistas en los estados fronterizos. En C. Del Palacio Montiel (Coord.), <i>Violencia y periodismo regional en México</i> (pp. 289-325). México: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología/Juan Pablo Editor.	Prácticas periodísticas para cubrir el Norte de México (contexto de violencia del crimen organizado y corrupción del Estado)	Análisis de jerarquía de influencias (Shoemaker y Reese)
Renero-Quintanar, M. (2005, enero/junio). La normatividad pragmática del <i>talk show</i> y los ignorados derechos de la gente ordinaria a la imagen pública en televisión. <i>Comunicación y Sociedad</i> (3), 13-46.	Normatividad pragmática en la producción de <i>Talk shows</i> /Derecho al honor/Imagen pública	Etnografía/Entrevistas y observación
Rodelo Amezcua, F. V. (2009, julio/diciembre). Periodismo en entornos violentos: el caso de los periodistas de Culiacán, Sinaloa. <i>Comunicación y Sociedad</i> (12), 101-118.	Prácticas periodísticas "precavidas" en entornos violentos (Sinaloa)	Entrevista semiestructurada/Investigación documental
Romero Álvarez, L. (2006). Entrevista, ¿ficción o realidad?, ¿voz del periodista o del interrogado? En M. L. Romero Álvarez (Coord.), <i>Espejismos de papel. La realidad periodística</i> (pp. 67-92). México: Universidad Nacional Autónoma de México.	Entrevista periodística y construcción social de la realidad	Ensayo teórico
Santillán Buelna, J. R. (2007). Teatralización política y periodística. Análisis periodístico de la elección interna del PRI para elegir su candidato a la gubernatura mexiquense. <i>Andamios</i> , 4 (7), 227-247.	Prácticas periodísticas y discurso político	Análisis del discurso
Santoyo Caamal, M. L. (2011). Influencia de la "ciudadanización" en los medios impresos de México: los consejos editoriales en <i>El Norte</i> y <i>Reforma</i> . Tesis de doctorado no publicada en Comunicación y Periodismo. Universidad Santiago de Compostela, España.	Influencia ciudadana en agenda de medios/Consejos editoriales en <i>El Norte</i> y <i>Reforma</i>	Observación participante/Entrevistas a profundidad/Análisis de contenido
Solórzano Fuentes, A. (2006). Las fuentes gubernamentales en la determinación del temario público. En M. L. Romero Álvarez (Coord.), <i>Espejismos de papel</i> .	Fuentes gubernamentales y agenda pública (temario)	Agenda setting

Publicación	Temática	Técnica o método
<i>La realidad periodística</i> (pp. 49-66). México: Universidad Nacional Autónoma de México.		
Velasco Aragón, J. L. (2015). Interpretación de editores y reporteros de las condiciones que prevalecen en su contexto laboral y profesional para el cumplimiento de la responsabilidad social asociada a la práctica de periodismo. El caso del diario <i>Mural</i> de Guadalajara, México. Tesis de maestría no publicada en Comunicación. Universidad de Guadalajara, México.	Factores materiales y normativos en el discurso de periodistas de <i>Mural</i> sobre sus condiciones de trabajo	Hermenéutica doble/Entrevista semiestructurada/Observación participante

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5
Dimensión Institucional/ factores estructurales del periodismo en México

Publicación	Temática	Abordaje teórico/ método
Arcé Barceló, M. E. (2011). Análisis del periódico mexicano <i>La Jornada</i> . Un modelo de comunicación alternativa en la era de la globalización. Tesis de doctorado no publicada (Información y Documentación). Universidad de Murcia, España.	<i>La Jornada</i> : estructura, formas de gestión, propiedad, financiamiento, relación con lectores	Sociología de producción de mensajes/Economía política de la comunicación/Estudio de caso
Briones Franco, J. (2006). La prensa y el periodismo en Sinaloa. En C. Del Palacio Montiel (Coord.), <i>Siete regiones de la prensa en México 1792-1950</i> (pp. 251-330). México: Universidad de Guadalajara.	Historiografía de la prensa en Sinaloa	Historiografía
Calles Santillana, J. A. (2015). Autoritarismo en Puebla: estructura social y valores culturales en la construcción de noticias. En B. Chong (Ed.), <i>Anuario de Investigación de la Comunicación</i> (pp. 139-162). México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación.	Estructura social y valores culturales en la construcción de noticias/Sociología del conocimiento y de la producción de noticias	Estudio etnográfico/ Entrevistas a profundidad
De León Vázquez, S. (2007). Dimensión cotidiana del periodismo, rutinas y sedimentación del sentido en la producción de comunicación pública. En G. Zalpa y M. E. Patiño (Coords.), <i>La vida cotidiana: prácticas, lugares y momentos</i> (pp. 85-118). México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.	Rutinas y estrategias mercantiles en empresas periodísticas	Ensayo teórico (La empresa periodística como <i>campo</i> /el <i>habitus</i> en periodistas y editores)
De León Vázquez, S. (2009). Cambios en la configuración de la comunicación pública en México: el caso del periodismo político en Aguascalientes. Tesis de doctorado no publicada en Estudios Científico-Sociales. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Tlaquepaque, México.	Configuración de la comunicación pública en México/ Periodismo político en Aguascalientes	Hermenéutica profunda (Thompson)/Entrevistas/ Observación de relaciones periodistas -dueños- políticos y Relaciones Públicas
Del Palacio Montiel, C. (2006). Dispersión geográfica y modernidad precoz: la prensa en Veracruz, 1794-1950. En Del Palacio Montiel, C. (Coord.), <i>Siete regiones de la prensa en México 1792-1950</i> (pp. 29-97). México: Universidad de Guadalajara.	Historiografía de la prensa en Veracruz	Historiografía

Publicación	Temática	Abordaje teórico/ método
Del Palacio Montiel, C. (2006). La prodigalidad de las prensas: de Mariano Valdés a la Organización Editorial Mexicana. La prensa en Jalisco, 1792-1950. En C. Del Palacio Montiel (Coord.), <i>Siete regiones de la prensa en México 1792-1950</i> (pp. 99-156). México: Universidad de Guadalajara.	Historiografía de la prensa en Jalisco	Historiografía
Del Palacio Montiel, C. (2015, julio/diciembre). Periodismo impreso, poderes y violencia en Veracruz 2010-2014. Estrategias de control de la información. <i>Comunicación y Sociedad</i> (24), 19-46.	Relaciones entre medios y poderes constituidos y fácticos en Veracruz (2010-2014)/Noticias de violencia contra periodistas	Análisis cuantitativo/Entrevista semiestructurada
Flores Quintero, G. (2008). <i>Unomásuno: 1977-1987</i> . Historias personales. Tesis de doctorado no publicada en Historia. Universidad Iberoamericana, México.	Tensiones internas en <i>Unomásuno</i> / Interrelaciones con la política y la economía	Teoría de los Campos Bourdieu/ Análisis histórico-estructural
Flores Zavala, M. A. (2006). <i>Del Correo Político a Actualidades de Zacatecas</i> (Notas en torno a los periódicos zacatecanos 1824-1950). En C. Del Palacio Montiel (Coord.), <i>Siete regiones de la prensa en México 1792-1950</i> (pp. 189-250). México: Universidad de Guadalajara.	Historiografía de la prensa en Zacatecas	Historiografía
Gómez Gallardo, P. y Villanueva, E. (2010). <i>Libertad de expresión y sus implicaciones legales. Análisis normativo de los delitos contra el honor en América Latina</i> . Quito, Ecuador: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.	Normatividad de la relación gobernantes- gobernados-libertad de expresión en América Latina	Comparativo de instrumentos legales (Derecho comparado)
González Macías, R. A. (2011). El periodismo mexicano: entre la modernidad y el atraso. <i>Revista Iberoamericana de Comunicación</i> (21), 11-40.	Réplica a planteamientos de Lawson y Hughes sobre “modernidad” en el periodismo mexicano	Ensayo académico/ Investigación documental
González Macías, R. A. (2013). <i>New players, same old game. Change and continuity in Mexican Journalism</i> . Saarbrücken, Alemania: Lambert Academic Publishing.	Relaciones fuentes políticas-reporteros en México, en el nivel local (Morelia)/ Nuevos contextos-viejas prácticas	Estudio de caso/Entrevistas a profundidad/Análisis de contenido/Investigación documental

Publicación	Temática	Abordaje teórico/ método
Guerrero, M. A. y Márquez-Ramírez, M. (2014). “El modelo “liberal capturado” de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina. <i>Temas de Comunicación</i> (29), 135-170.	Propuesta del concepto “modelo liberal capturado”, o cooptado, presente en sistemas mediáticos de América Latina	Ensayo teórico
Gutiérrez Leyton, A. E., Torres Herrera, M. y García Acosta, S. (2009). Cinco barreras para el ejercicio periodístico: antes los caciques, ahora el crimen organizado; ¿los mismos periodistas en la línea del deber? En C. García Hernández y R. Gómez García (Eds.), <i>Comunicación e interdisciplina. Libro Colectivo AMIC 2008</i> (pp. 441-472). México: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación/Universidad Autónoma de Nuevo León.	Condiciones del ejercicio periodístico en Monterrey	Entrevista semiestructurada/ Estudios de caso
Hernández-Ramírez, M. E. (2006). La “professionalisation” du journalisme au Mexique: Le discours “Modernisateur” de Carlos Salinas de Gortari sur les Relations Presse-Gouvernement. Tesis de doctorado no publicada en <i>Information et Communication</i> . Université Paris 8, Francia.	Discurso “modernizador” de Salinas de Gortari sobre relaciones prensa-gobierno	Análisis histórico-estructural/Entrevista semiestructurada/Investigación documental
Hernández-Ramírez, M. E. (2010). Franquicias periodísticas y sinergias productivas en la prensa mexicana: en busca de nuevos modelos de financiamiento. En M. E. Hernández-Ramírez (Coord.), <i>Estudios sobre periodismo. Marcos de interpretación para el contexto mexicano</i> (pp. 55-121). México: Universidad de Guadalajara.	Modelo de expansión del Grupo editorial Milenio (<i>franquicias</i>)/Sinergias en la producción	Entrevista semiestructurada/Observación participante/ Investigación documental
Hernández-Ramírez, M. E. (2015, enero/junio). El caso Aristegui y el derecho de las audiencias. <i>Análisis Plural</i> (pp.185-197). http://hdl.handle.net/11117/3050	El “Caso Aristegui”, regresión del derecho a la información en México. “La Casa Blanca” de Peña Nieto	Ensayo académico/ Investigación documental
Hernández-Ramírez, M. E. y Rodelo Amezcua, F. V. (2010). Dilemas del periodismo mexicano en la cobertura de la guerra contra el narcotráfico: ¿Periodismo de guerra o de nota roja? En Z. Rodríguez Morales (Coord.), <i>Entretejidos comunicacionales</i> .	Restricciones estructurales del periodismo mexicano al cubrir “La guerra contra el narco”	Investigación documental/Entrevista semiestructurada

Publicación	Temática	Abordaje teórico/ método
<i>Aproximaciones a objetos y campos de la comunicación</i> (pp. 192-228). México: Universidad de Guadalajara.		
Hughes, S. (2009). The evolution of network news in Mexico. Capturing the communications regulatory regime. En M. A. Guerrero y M. Chávez (Eds.), <i>Empowering citizenship through journalism, information, and entertainment in Iberoamerica</i> (pp. 255-290). México: Universidad Iberoamericana.	Televisa y la regulación del sistema de comunicación mediático en México	Investigación documental/Sociología del periodismo
Larrosa-Fuentes, J. (2012). Historia, estructura, producción y financiamiento de la prensa generalista de Guadalajara (1990-2010). Tesis de maestría no publicada en Comunicación. Universidad de Guadalajara, México.	La prensa en Guadalajara 1990-2010): Historia, estructura, espacialización y financiamiento	Histórico-estructural/Economía política/Entrevista/semiestructurada
Márquez Ramírez, M. (2014). Post-authoritarian politics in a neoliberal era: Revising media and journalism transition in Mexico. En M. A. Guerrero y M. Márquez Ramírez (Eds.), <i>Media systems and communication policies in Latin America</i> (pp. 272-292). Hampshire, Inglaterra: Palgrave MacMillan.	Influencias estructurales en relaciones medios-Estado en México (transición post-autoritaria)	Ensayo teórico
Márquez Ramírez, M. (2015). El impacto de la violencia criminal en la cultura periodística post-autoritaria: la vulnerabilidad del periodismo regional en México. En C. Del Palacio Montiel (Coord.), <i>Violencia y periodismo regional en México</i> (pp. 15-47). Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología/Juan Pablo Editor.	Condiciones estructurales e históricas en el desarrollo del periodismo mexicano (síntesis de aportes de autores clásicos)	Ensayo académico
Martínez Mendoza, S. (2006). Avatares de la prensa chiapaneca en el siglo XIX y la primera mitad del siglo XX. En C. Del Palacio Montiel (Coord.), <i>Siete regiones de la prensa en México 1792-1950</i> (pp. 331-363). México: Universidad de Guadalajara.	Historiografía de la prensa en Chiapas	Historiografía
Martínez Mendoza, S., Matus López, J. y Villar Pinto, H. (2009). La condición laboral del periodista en Chiapas. <i>Revista Latina de Comunicación Social</i> (64), 444-460.	Condiciones sociales, laborales y profesionales de periodistas en el contexto de Chiapas	Habitus/Campo (Bourdieu)/Cuestionario cara a cara (172)/Entrevistas/Observación en medios

Publicación	Temática	Abordaje teórico/ método
Meneses Rocha, M. E. (2006). Realidades y tendencias de la prensa contemporánea. En A. Gómez y J. Bañuelos (Coords.), <i>Perspectivas en Comunicación y Periodismo</i> no. 1 (pp. 15-39). México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Ciudad de México.	Tecnologías de información y comunicación y cambios en la prensa, las audiencias, y el financiamiento del periodismo	Ensayo académico
Meneses Rocha, M. E. (2010). Las implicaciones de la convergencia económica en la industria del periodismo: el caso de Grupo Imagen. <i>Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales</i> (209), 67-83.	Convergencia económica en la industria del periodismo/Caso Grupo Imagen	Cuestionario y entrevistas a redactores y reporteros
Orozco Murillo, R. (2007). Relaciones prensa-gobierno en Tepic: hacia la caracterización de prácticas predominantes en el periodismo local de México. Tesis de maestría no publicada en Comunicación. Universidad de Guadalajara, México.	Relaciones prensa-gobierno y prácticas periodísticas predominantes en Tepic, Nayarit	Entrevistas a profundidad/ Análisis histórico-estructural
Ortega Polaco, L. G. (2013). Prensa y poder político en Xalapa. Proceso Electoral 2010. <i>Derecho a Comunicar</i> (7), 1-33.	Relaciones prensa-poder político en Veracruz en elecciones 2010 (<i>Diario de Xalapa</i> y <i>La Jornada Veracruz</i>)	Análisis de producción de noticias agenda setting/Teoría de campos/ Análisis de contenido/ Entrevistas
Ortiz Marín, M. (2007). La interdependencia estructural entre el Estado y la prensa en los procesos de comunicación social. El caso de Baja California (1989-1995). Tesis de doctorado no publicada en Ciencias de la Comunicación Social. Universidad de la Habana, Cuba.	Relaciones prensa-Estado en Baja California	Análisis crítico (Foucault; Thompson; Williams; Hall)/ Teoría social de la comunicación (Martín Serrano)
Ortiz Marín, M. (2008). La interdependencia estructural entre el Estado y la prensa en Baja California (1989-1995). <i>Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación</i> (2), 247-277.	Relaciones prensa-Estado en Baja California/Síntesis de tesis doctoral	Análisis crítico (Foucault; Thompson; Williams; Hall). Teoría Social de la Comunicación (Martín Serrano)

Publicación	Temática	Abordaje teórico/ método
Pineda Soto, A. (2006). Voces de la prensa michoacana. En C. Del Palacio Montiel (Coord.), <i>Siete regiones de la prensa en México 1792-1950</i> (pp. 365-419). México: Universidad de Guadalajara.	Historiografía de la prensa en Michoacán	Historiografía
Rodelo Amezcua, F. V. (2008). Ejercicio de la libertad de prensa y sus limitaciones en entornos violentos. El caso de los periodistas de Culiacán, Sinaloa, México. Tesis de maestría no publicada en Comunicación. Universidad de Guadalajara, México.	Libertad de expresión en entornos violentos/ Relaciones prensa-poder	Histórico-estructural/ Entrevistas a profundidad
Ruiz Cervantes, F. J. y Sánchez Silva, C. (2006). Prensa, política y vida social en Oaxaca. En C. Del Palacio Montiel (Coord.), <i>Siete regiones de la prensa en México 1792-1950</i> (pp. 157-188). México: Universidad de Guadalajara.	Historiografía de la prensa en Oaxaca	Historiografía
Villanueva, E. (2005). Medios y derecho: viejos problemas, nuevas soluciones. En J. C. Lozano Rendón (Ed.), <i>La comunicación en México: diagnóstico y retos</i> (pp. 189-205). México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey/Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación.	Sistema jurídico en México y legislación de medios	Análisis jurídico/ Ensayo académico/ Relación Estado-medios

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6
Aportaciones y revisiones teóricas

Publicación	Temática	Enfoque declarado
De la Peña Astorga, G., Gervasi, F., Hernández Chávez, A. y Hernández Blanco, Z. (2014). Diversidad cultural, minorías y grupos vulnerables en la producción de noticias: una aproximación conceptual. En G. De la Peña Astorga (Coord.), <i>¿Una tele para todos? Visiones de la diversidad en tres televisoras de Saltillo</i> (pp. 21-52). México: Universidad Autónoma de Coahuila.	Marco conceptual para el análisis de equipos de producción de noticias en televisión	Diversidad cultural en la producción de noticias
De León Vázquez, S. (2008, enero/junio). Notas para una exploración teórica sobre los estudios de producción de comunicación mediática (periodismo, opinión pública y comunicación política). <i>Comunicación y Sociedad</i> (9), 145-173.	Estudios sobre periodismo, opinión pública y comunicación política	Exploración teórica
De León Vázquez, S. (2008). Investigar la producción de comunicación pública desde la complejidad. En R. Reguillo (Coord.), <i>Territorios en reconfiguración. Perspectivas situadas en torno a la Interdisciplinariedad</i> (pp. 59-79). Tlaquepaque, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.	Sistema de Comunicación pública/ Relaciones Estado-medios-sociedad/ Prensa en Aguascalientes	Ensayo teórico
De León Vázquez, S. (2010). Investigación sobre periodismo y abordajes de lo público. En M. E. Hernández-Ramírez (Coord.), <i>Estudios sobre periodismo. Marcos de interpretación para el contexto mexicano</i> (pp. 143-191). México: Universidad de Guadalajara.	“Lo público” en las prácticas periodísticas	Revisión de estudios sobre periodismo en México y el mundo
De León Vázquez, S. (2011, enero/junio). Comunicación pública, transición política y periodismo en México: el caso de Aguascalientes. <i>Comunicación y Sociedad</i> (15), 43-69.	Configuración de la comunicación pública en Aguascalientes (relaciones periodistas-dueños-políticos y Relaciones Públicas, final del siglo xx)	Propuesta teórica de Norbert Elías (Configuración social)/Dimensiones económica, política y sociocultural del sistema
De León Vázquez, S. (2012). <i>Comunicación pública y transición política. Los rasgos de lo global en el periodismo local. Un estudio situado</i> . México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.	Transformaciones en la configuración de la comunicación pública	Configuración social (Norbert Elías)/Comunicación política

Publicación	Temática	Enfoque declarado
Echeverría Victoria, M. (2007). Representaciones periodísticas de la pobreza: perspectivas teóricas para una agenda de investigación. En M. A. Rebeil Corella (Ed.), <i>Anuario de Investigación de la Comunicación</i> (pp. 269-288). México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación.	Marco teórico para evaluar representaciones periodísticas de la pobreza	Capital simbólico/ Enfoque crítico
McPherson, E. (2012). Spot news versus reportage: Newspaper models, the distribution of newsroom credibility, and implications for democratic journalism in Mexico. <i>International Journal of Communication</i> (6), 2301-2317.	Periódicos mexicanos en competencia con medios electrónicos	Modelos socio-organizacionales: <i>Spot news/ Reportage model</i>
Nicolás Gavilán, M. T. (2011). Framing the news: From political conflict to peace. How the “framing theory” and the “political context model” can enhance the peace journalism model. <i>Journal of Latin American Communication Research</i> , 1 (2), 23-27. Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación.	Propuesta de base teórica para el “periodismo de paz” (cobertura de conflictos)	<i>Framing</i> (Entman)/“Modelo de contexto político” (Gadi Wolfeld)
Orozco Murillo, R. (2010). Modelos teóricos sobre la relación medios-Estado. Un mapa conceptual para analizar la relación prensa-poder público. En M. E. Hernández-Ramírez (Coord.), <i>Estudios sobre periodismo. Marcos de interpretación para el contexto mexicano</i> (pp. 123-141). México: Universidad de Guadalajara.	Modelos teóricos sobre la relación medios-Estado	Mapa conceptual para el análisis de la relación medios-poder público
Schwarz, A. (2010). La teoría de los valores noticiosos y su validez externa: cómo influyen los factores noticiosos en la cobertura de las noticias internacionales en la prensa mexicana. En M. E. Hernández-Ramírez (Coord.), <i>Estudios sobre periodismo. Marcos de interpretación para el contexto mexicano</i> (pp. 19-53). México: Universidad de Guadalajara.	Validez externa de la Teoría de los valores noticiosos (Galtung y Ruge)	Validez de la teoría en México/ Análisis de contenido

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7
Aportaciones metodológicas

Publicación	Técnica	Especificidad
Andión-Gamboa, E. (2006). El periodismo y la teoría de los campos culturales. <i>Versión. Estudios de Comunicación y Política</i> (17), 193-230.	Propuesta metodológica para analizar el periodismo cultural	<i>Habitus/Campo</i> periodístico (Bourdieu)
Gutiérrez Vidrio, S. (2010, julio/diciembre). Discurso periodístico: una propuesta analítica. <i>Comunicación y Sociedad</i> (14), 169-198.	Esquema metodológico para el análisis de textos periodísticos	Hermenéutica profunda (Thompson)
Tinajero Portilla, R. (2012). Propuesta metodológica para el análisis de los encuadres periodísticos en la cobertura del narcotráfico en México. <i>Revista Iberoamericana de Comunicación</i> (22), 43-72.	Análisis de encuadres periodísticos	Estudio de cobertura del narcotráfico
Velázquez Ramírez, J. M. (2011). <i>Ausencias y emergencias de lo público/ciudadano en noticieros televisivos y movimientos sociales. Un acercamiento desde la perspectiva del “communicative framing”</i> . Tesis de doctorado no publicada en Estudios Científico-Sociales. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Tlaquepaque, México.	<i>Framing/Enmarcamento</i> comunicativo/Análisis de estrategias de visibilización e invisibilización	Estudios socioculturales/ Sociología reflexiva e interpretativa

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8
Estados del arte / Aportaciones

Autores	Temática	Especificidad
Casas Pérez, M. L. (2011). Cobertura informativa de la violencia en México. <i>Global Media Journal</i> , 8 (15), 1-16.	Investigación científica sobre medios y violencia (inseguridad pública, delincuencia, lucha contra el narcotráfico)	Reflexión académica desde la responsabilidad social de los actores de la cobertura
Cervantes-Barba, C. (2005). El estudio de los productores de noticias: desarrollo internacional y avances de investigación en México. En J. C. Lozano Rendón (Ed.), <i>La comunicación en México: diagnóstico y retos</i> (pp. 91-132). México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.	Investigación sobre periodismo (internacional y en México) 2005	Perspectivas y escuelas representativas
Del Palacio Montiel, C. (2006, enero/junio). La prensa como objeto de estudio. Panorama actual de las formas de hacer historia de la prensa en México. <i>Comunicación y Sociedad</i> (5), 11-34.	La prensa como objeto de estudio (1998-2004)	Formas de hacer historia de la prensa en México
García Rubio, C. I. (2013, julio/diciembre). Radiografía de la prensa diaria en México en 2010. <i>Comunicación y Sociedad</i> (20), 65-93.	Títulos, tiraje, circulación y penetración de la prensa de información general, especializados, populares y gratuitos	Inventario con información del Padrón Nacional de Medios Impresos (Secretaría de gobernación)
Hernández Carballido, E. (2006). La categoría género y la investigación en comunicación. Caso específico, la historia de la prensa nacional. <i>Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales</i> (197), 163-175.	La categoría “género” y la investigación en comunicación	Historia de la prensa nacional
Hernández Soto, T. (2010). Evolución de los principales periódicos digitales latinoamericanos de información general desde comienzos del tercer milenio (2000-2007). Casos: Argentina, Chile, Colombia, México, Venezuela. Tesis de doctorado no publicada en Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid, España.	Evolución de periódicos digitales América Latina (2000-2007)	Comparación de contenidos-servicios-lenguajes

Autores	Temática	Especificidad
López Aguirre, J. L. (2008). La ciberdocumentación en la prensa digital de México. Servicios y productos ciberdocumentales. Tesis de doctorado no publicada. Universidad Complutense de Madrid, España.	Ciberdocumentación en la prensa digital de México*	Estado de la prensa digital mexicana a 10 años de su presencia en Internet
Peimbert Reyes, A. (2007). ¿Qué investigan los estudios de género en la prensa? Revisión de temáticas, 1989-2004. En A. Peimbert y R. Gómez (Coords.), <i>Comunicación para el desarrollo en México. Libro colectivo AMIC 2006</i> (pp. 151-169). México: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación/Universidad Latina de América.	Temáticas en los estudios de género en la prensa	Capital simbólico/ Enfoque crítico
Romero Álvarez, M. L. y Hernández Carballido, E. (2009). Estudio de periodismo: del estado del arte a las líneas de investigación representativas. En A. Vega Montiel (Coord.), <i>La comunicación en México. Una agenda de investigación</i> (pp. 91-109). México: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación/Universidad Nacional Autónoma de México/Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades/Universidad Juárez Autónoma de Tabasco/Universidad Autónoma de Baja California.	Historia del estudio del oficio periodístico y del periodismo/Siglo XVII siglo XXI	Análisis documental

* La incluyo como aportación a “Estados del arte” por su contribución al tema. Puede clasificarse de otras formas.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9
Periodismo y perspectiva de género

Autores	Temática	Técnica o método
Granat Ramos, M. M., Del Roble Obando Rodríguez, M. y García Romero, J. G. (2011). La presencia de género en las noticias de la prensa regiomontana en temporada electoral. En L. Hinojosa Córdova (Coord.), <i>Tecnologías de información y comunicación social hacia la sociedad del conocimiento</i> (pp. 287-303). México: Universidad Autónoma de Nuevo León.	Presencia y participación femenina en campañas electorales 2009 (Monterrey), según la prensa	Exploratorio-descriptivo-correlacional/Análisis de contenido
Hernández Carballido, E. (2006). El periodismo durante la Revolución Mexicana; entre la construcción de la realidad y la construcción de género. En M. L. Romero Álvarez (Coord.), <i>Espejismos de papel. La realidad periodística</i> (pp. 93-136). México: Universidad Nacional Autónoma de México.	La construcción del género en el periodismo de la Revolución Mexicana	Análisis de contenido
Hernández Carballido, E. (2009). Mujeres periodistas: un desafío para la historia de la prensa. En C. García Hernández y R. Gómez García (Eds.), <i>Comunicación e interdisciplina. Libro colectivo AMIC 2008</i> (pp. 473-502). México: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación/Universidad Autónoma de Nuevo León.	Mujeres periodistas en México/Propuesta metodológica para su registro	Historiografía
Hernández Carballido, E. (2012). Periódicos pioneros fundados por mujeres: Las hijas del Anáhuac, el álbum de la mujer, el correo de las señoras y violetas del Anáhuac (1873-1889). <i>Derecho a Comunicar</i> (6), 1-20.	Periódicos fundados por mujeres (1873-1889)/Construcción del género	Historiografía
Hernández Téllez, J. (2006). El género y la escritura femenina. <i>Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales</i> (197), 117-135.	Escritura y género (Adelina Zendejas Gómez)	Revisión documental género/Historiografía
Hernández Téllez, J. (2006). Investigar, informar y formar opinión en el periodismo... cuestión de género. En M. L. Romero Álvarez (Coord.), <i>Espejismos de papel. La realidad periodística</i> (pp. 137-172). México: Universidad Nacional Autónoma de México.	Mujeres en el periodismo en México	Ensayo académico

Autores	Temática	Técnica o método
Hernández Téllez, J. (2008). Las mujeres y la opinión periodística. En A. Montiel, M. Portillo y J. Repoll (Coords.), <i>Las claves necesarias de una comunicación para la democracia</i> (pp. 303-331). México: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación/Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.	Situación de mujeres periodistas en México/Inequidad	Ensayo académico/ Análisis de contenido
Pedraza Bucio, C. I. (2012). Mujeres en el periodismo deportivo: reflexiones para comprender la transgresión desde la práctica discursiva de las reporteras de deportes. <i>Derecho a Comunicar</i> , 4 (4), 6-69.	Prácticas discursivas trasgresoras de mujeres en el periodismo deportivo	Análisis del discurso/Práctica-formación discursiva (Pêcheaux; Foucault)
Pérez-Chávez, A. (2005). El género en los medios: el caso del diario <i>El Debate</i> de la ciudad de Guasave, Sinaloa. Tesis de maestría no publicada en Comunicación. Universidad Iberoamericana, México.	Acceso a los medios y género	Análisis de contenido
Valles Ruiz, R. M. (2006). Mujeres periodistas: empoderamiento restringido. <i>Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales</i> (197), 137-147.	Mujeres periodistas en áreas de información general y cargos directivos	Historiografía (mitad siglo XX-2005)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 10
Géneros periodísticos/narrativa/Perspectiva literaria

Autores	Temática	Técnica o método
Aguado-Cruz, E. F. (2005). Los géneros periodísticos de opinión en la televisión mexicana. Tesis de maestría no publicada. Universidad Nacional Autónoma de México, México.	Géneros de opinión en la televisión mexicana	Análisis del discurso/Análisis de contenido/Análisis visual
Gómez Vega, C. (2013). La precisión en lo inasible: el problema de la escritura periodística sobre el arte contemporáneo. En M. L. Romero Álvarez y M. E. Márquez Pérez (Coords.), <i>El ámbito artístico y estético en la producción periodística y audiovisual</i> (pp. 51-70). México: Universidad Nacional Autónoma de México.	Limitaciones de la escritura y práctica periodísticas (positivistas) para comunicar la práctica artística	Ensayo académico
Jurado Martín, M. (2010). Géneros periodísticos y estilo temático de los periódicos mexicanos: <i>Reforma</i> , <i>El Universal</i> y <i>La Jornada</i> . <i>Estudios sobre las Culturas Contemporáneas</i> , XVI (32), 63-105.	Géneros y estilo en secciones de espectáculos y cultura en prensa mexicana	Análisis de contenido
Karam Cárdenas, T. (2006). Intertextualidad y discurso informativo de prensa. <i>Versión. Estudios de comunicación y política</i> (18), 177-197.	Discurso informativo	Análisis de estilos discursivos/Intertextualidad
Orduña Cruz, S. (2013). Víctimas del movimiento. La crítica de danza, una experiencia orgánica competente. En M. L. Romero Álvarez y M. E. Márquez Pérez (Coords.), <i>El ámbito artístico y estético en la producción periodística y audiovisual</i> (pp. 71-84). México: Universidad Nacional Autónoma de México.	La construcción de la realidad en la crítica periodística sobre danza	Ensayo académico
Robles, F. (2006). Del espectáculo al testimonio: dos formas de presentar la realidad. En M. L. Romero Álvarez (Coord.), <i>Espejismos de papel. La realidad periodística</i> (pp. 173-205). México: Universidad Nacional Autónoma de México.	Narrativa periodística/ Espectacularización	Ensayo académico
Romero Álvarez, M. L. (2006). <i>La realidad construida en el periodismo: reflexiones teóricas</i> . Universidad Nacional Autónoma de México/Porrúa.	El relato periodístico como acto de habla	Ensayo académico
Romero Álvarez, M. L. (2011). La transtextualidad en el discurso periodístico. Análisis de una entrevista. <i>Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales</i> (213), 53-69.	Análisis de entrevista en <i>El Universal</i> a Sandra de Ávila Beltrán, “La Reina del Pacífico”	Transtextualidad/ Construcción y recepción textual/ Análisis de contenido

Autores	Temática	Técnica o método
Sánchez Vences, A. (2005). La narrativa (literaria y periodística) en el medio hipertextual. <i>Versión. Estudios de comunicación y política</i> (15), 179-203.	Recursos narrativos en Internet	Ensayo

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11
Informes del Observatorio de Medios QUID ITESO

Referencia	Temáticas en el informe relacionadas con periodismo
Larrosa-Fuentes, J. (Coord.). (2009). <i>Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2009</i> . Tlaquepaque, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.	Sección III. Medios de comunicación y periodismo • Periodismo en tiempos de guerra... contra el narcotráfico. <i>Marylú Vallejo Bárcenas</i> (pp. 73-82) • La crisis en los medios impresos: ¿el principio del fin? <i>Diego Armando Mejía Picón</i> (pp. 83-94) • La vergüenza tiene límites: a propósito de <i>El Informador</i>. <i>Rossana Reguillo</i> (pp. 95-100) • Novedades en el tratamiento informativo de las epidemias: de medios de comunicación alternativos y estrategias de comunicación social. <i>Diego Armando Mejía Picón</i> (pp. 101-108).
Larrosa-Fuentes, J. (Coord.). (2010). <i>Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2010</i> . Tlaquepaque, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.	Sección: Empresas y prácticas periodísticas • La cobertura de la (in)seguridad pública en la prensa local. <i>Fabián Ramírez Flores</i> (pp. 85-101) • Periodistas bajo amenaza: la agresión a Jade Ramírez. <i>Óscar Franco León</i> (pp. 102-108) • “La cultura no vende”. Los suplementos culturales en Guadalajara. <i>Diego Mejía Picón</i> (pp.109-120) • Periodismo internacional: entre la profesión y el ejercicio amateur. <i>Juan Ignacio Pérez Pereda</i> (pp. 121-127)
Larrosa-Fuentes, J. (Coord.). (2011). <i>Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2011</i> . Tlaquepaque, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.	Sección III. Medios de comunicación y periodismo en Jalisco • Cambios en la prensa local: se reacomodan las piezas del periodismo. <i>Fabián Ramírez Flores</i> (pp. 29-50) • Guadalajara panamericana: sin medios no hay fiesta. <i>José Enríquez Acevez Muñoz</i> (pp. 51-64) • Las condiciones laborales de los periodistas en Guadalajara. <i>Perla Araceli Blas Alvarado</i> (pp. 65-74) • Prensa roja: un mercado opaco y poco ético. <i>Perla Araceli Blas Alvarado y Esteban Contreras Serratos</i> (pp. 75-90)
Larrosa-Fuentes, J. y Palaú, S. (Coords.). (2012). <i>Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2012</i> . Tlaquepaque, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.	Análisis del sistema de comunicación del proceso electoral 2012 • Cobertura y tratamiento de los medios de comunicación a los candidatos al gobierno de Jalisco. <i>Sofía Lamadrid Isoard y María Magdalena Sofía Palaú Cardona</i> (pp. 81-104)

Referencia	Temáticas en el informe relacionadas con periodismo
Palaú Cardona, M. S. (Coord.). (2013). <i>Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2013</i>. Tlaquepaque, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.	• Nuevos medios de comunicación en Jalisco (2011-2013). <i>Laura Neftaly López Pérez y Cristina Guadalupe Romero Domínguez</i> (pp. 19-38) • C7: ¿Medio público, o vocero del gobierno? <i>Diego Guillén Peña y María Fernanda González Hernández</i> (pp. 39-60) • Réquiem por un ombudsman: el defensor del lector en <i>Milenio Jalisco</i>. <i>José Bernardo Masini Aguilera</i> (pp. 61-80) • La vulnerabilidad en un ambiente de cambio. Los ataques a los medios de comunicación en Jalisco durante 2013. <i>Laura Neftaly López Pérez</i> (pp. 81-94) • Violaciones a la libertad de expresión de periodistas y trabajadores de medios en Jalisco, 1995-2013. <i>Frida V. Rodelo</i> (pp. 95-114)
Palaú Cardona, M. S. (Coord.). (2014). <i>Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2014</i>. Tlaquepaque, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.	Sección I. El sistema de comunicación de Guadalajara • Transformación del sistema de medios de comunicación en 2014. <i>Julio González</i> (pp. 17-34) • Nuevos medios de comunicación en línea de la Zona Metropolitana de Guadalajara. <i>Rosalía Orozco Murillo</i>, con colaboración de <i>Fidel A. Romero Álvarez</i> (pp. 35-66) • Periodismo religioso en Jalisco. <i>Felipe Díaz y Enrique Gudiño</i> (pp. 67-82) Sección II. Libertad de expresión en Jalisco • Inseguridad laboral, una constante en medios de comunicación en Guadalajara. <i>Perla Araceli Blas Alvarado</i> (pp. 123-138) • La triste historia de los informantes desinformados (o el Cuarto de guerra que hacía todo mal). <i>Vanessa Robles</i> (pp. 149-156) Sección V. La investigación del observatorio de medios • Cobertura en temas de medio ambiente y cambio climático en el periódico <i>El Informador</i>. <i>Alejandra Topete Jiménez</i> (pp. 181-192)
Palaú Cardona, M. S. (Coord.). (2015). <i>Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2015</i>. Tlaquepaque, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.	Sección I. El sistema de comunicación política en las elecciones locales • Cambios en el sistema de medios de comunicación de Jalisco en la coyuntura electoral 2015. <i>Sergio René de Dios Corona y Stephanie Montserrat Ibarra Palafox</i> (pp. 23-50)

Referencia	Temáticas en el informe relacionadas con periodismo
	• Equidad y profundidad en la cobertura mediática: el trabajo de los periódicos de Guadalajara durante las campañas electorales de 2015. <i>Iván González Vega</i> (pp. 51-62) • La publicación de encuestas electorales en los diarios impresos locales. <i>Ana Vicencio Huerta</i> (pp. 113-138)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12
Libros 2005-2015 en CC-DOC cuyo objeto común es el periodismo

		Contenido registrado
2006	Crovi, D., Toussaint, F. y Tovar, A. (2006). <i>Periodismo digital en México</i> . Ciudad de México, México: Universidad Nacional Autónoma de México.	Prácticas periodísticas*
	Del Palacio Montiel, C. (Coord.). (2006) <i>Siete regiones de la prensa en México 1792-1950</i> . Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.	Factores estructurales
	Romero Álvarez, M. L. (2006). <i>La realidad construida en el periodismo: reflexiones teóricas</i> . México: Universidad Nacional Autónoma de México/Porrúa.	Narrativa y géneros periodísticos/ Ensayo académico
	Romero Álvarez, M. L. (Coord.). (2006). <i>Espejismos de papel. La realidad periodística</i> . México: Universidad Nacional Autónoma de México.	Cobertura/Prácticas/ Perspectiva de género/ Narrativa y géneros periodísticos
2010	Chihu Amparán, A. (2010). <i>El framing de la prensa</i> . México: Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa/Porrúa.	Cobertura/Tratamiento informativo
	Hernández-Ramírez, M. E. (Coord.). (2010). <i>Estudios sobre periodismo. Marcos de interpretación para el contexto mexicano</i> . Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.	Factores estructurales/ Aportaciones teóricas
	Gómez Gallardo, P. y Villanueva, E. (2010). <i>Libertad de expresión y sus implicaciones legales. Análisis normativo de los delitos contra el honor en América Latina</i> . Quito, Ecuador: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.	Factores estructurales
2012	De León Vázquez, S. (2012). <i>Comunicación pública y transición política. Los rasgos de lo global en el periodismo local. Un estudio situado</i> . Aguascalientes, México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.	Aportaciones teóricas
2014	Reyna García, V. H. (2014). <i>Nuevos riesgos, viejos encuadres: la escenificación de la inseguridad pública en Sonora</i> . Hermosillo, México: El Colegio de Sonora.	Cobertura/Tratamiento informativo
	De la Peña Astorga, G. (Coord.). (2014). <i>¿Una tele para todos? Visiones de la diversidad en tres televisoras de Saltillo?</i> Coahuila, México: Universidad Autónoma de Coahuila.	Prácticas/Revisiones teóricas
2015	Del Palacio Montiel, C. (Coord.). (2015). <i>Violencia y periodismo regional en México</i> . México: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología/Juan Pablo Editor.	Cobertura/Discurso/Representaciones/Prácticas/ Factores estructurales

* Esta obra también es aportación teórica y estado del arte, pero se clasificó solamente en una categoría.

Fuente: Elaboración propia.

Bibliografía

- Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación-AMIC. (2011). *Memorias AMIC 2011, XXIII Encuentro Nacional AMIC 2011*. Pachuca, Hidalgo, México. Disponible en www.amicmexico.org/amic/encuentros/encuentro2011/memorias.html
- Castañeda, J. (2007, 14 de mayo). ¿Guerra contra el narco? Recuperado el 3 de junio de 2017, de <https://jorgecastaneda.org/notas/2007/05/14/ guerra-contra-el-narcotrafico/>
- Craig, R. T. (2009). Series Editor's Foreword. En K. Wahl-Jorgensen y T. Hanitzsch (Eds.), *The handbook of Journalism Studies* (pp. ix-x). Nueva York, Estados Unidos: Routledge.
- De la Peña Astorga, G. y Gervasi, F. (Coords.). (2012). La investigación de la comunicación y su incidencia social. Análisis sobre la construcción del campo de estudio y la producción de conocimiento. *Memorias XXIV Encuentro Nacional de la AMIC*. México: Universidad Autónoma de Coahuila/Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.
- Fuentes-Navarro, R. (1988). *La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1956-1986*. México: Ediciones de Comunicación.
- Fuentes-Navarro, R. (1996). *La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1986-1994*. México: Universidad de Guadalajara/Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Fuentes-Navarro, R. (1998). *La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. Guadalajara, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Fuentes-Navarro, R. (2003). *La investigación académica sobre comunicación en México. Sistematización documental 1995-2001*. México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Guadarrama Rico, L. A., Valero Vilchis, J. y Martell Gámez, L. (Coords.). (2013). *Democracia, comunicación y movimientos sociales. Encuentro Nacional AMIC. Memoria 2013*. México: Universidad Autónoma del Estado de México/Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.
- Hanitzsch, T., Hanusch, F., Mellado, C., Anikina, M., Berganza, R., Cangoz, I., Coman, M., Hamada, B., Hernández, M. E., Karadjov, C. D., Moreira, S. V., Mwesige, P. G., Plaisance, P. L., Reich, Z., Seethaler, J., Skewes, E. A., Vardiansyah Noor, D. y Kee Wang Yuen, E. (2011). Mapping journalism cultures across nations: A comparative study of 18 countries. *Journalism Studies*, 12 (3), 273-293. DOI: 10.1080/1461670X.2010.512502
- Hernández Carballido, E. (2015). Ponencias AMIC 2009-2015. Mimeografiado.
- Hernández-Ramírez, M. E. y Schwarz, A. (2008). Journalism research in Mexico: Historical development and research interests in the Latin American context. En M. Löffelholz y D. Weaver (Eds.), *Global journalism research. Theories, methods, findings, future* (pp. 211-224). Malden, Estados Unidos: Blackwell Publishing.
- Löffelholz, M. y Weaver, D. (Eds.). (2008). *Global journalism research. Theories, methods, findings, future*. Malden, Estados Unidos: Blackwell Publishing.
- Mellado, C., Moreira, S. V., Lagos, C. y Hernández, M. E. (2012, febrero). Comparing journalism cultures in Latin America: The case of Chile, Brazil and Mexico. *International Communication Gazette*, 74 (1), 60-77. DOI: 10.1177/1748048511426994
- Rizo García, M. (2014). Presentación. Encuentro de Asociaciones AE-IC 2014, Bilbao (España). Disponible en <http://docplayer.es>

- es/13344183-Encuentro-de-asociaciones-a-e-ic-2014-bilbao-espana-marta-rizo-garcia-universidad-autonoma-de-la-ciudad-de-mexico-amic-a-e-ic-mrizog-yahoo.html
- Rueda Ramos, E., Martínez Lozano, C. P. y Nava Muñoz, C. E. (Coords.). (2014). *La investigación de la comunicación ante el nuevo marco regulatorio de las telecomunicaciones y la radiodifusión en México*. México: Universidad Autónoma de San Luis Potosí/Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.
- Steensen, S. y Ahva, L. (2015). Theories of journalism in a digital age. An exploration and introduction. *Digital Journalism*, 3 (1), 1-18. Disponible en <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2014.927984>
- Wahl-Jorgensen, K. y Hanitzsch, T. (Eds.). (2009). *The handbook of Journalism Studies*. Nueva York, Estados Unidos: Routledge.
- Zelizer, B. (2004). *Taking journalism seriously. News and the academy*. Thousand Oaks, Estados Unidos: Sage.

El periódico digital y sus usos sociales: un estudio cualitativo sobre la construcción social del medio

Betsabee Fortanell Trejo¹

Palabras clave: Periódico digital, construcción sociotécnica, usos sociales, metodología cualitativa.

Key words: Digital newspaper, sociotechnical construction, social uses, daily life, qualitative methodology.

Introducción

Este capítulo expone los hallazgos principales de la tesis “Usos sociales del periódico digital: un abordaje del proceso de coconstrucción sociotécnica del medio”,² donde el periódico digital se comprendió como un artefacto, cuya configuración es técnica y social; es decir, el medio también es construido por el usuario.

Lo anterior orientó un proyecto de investigación que recuperó el Modelo de Construcción Social de la Tecnología (Social Construction of Technology, SCOT). Para Bijker, Hughes y Pinch (1993), los usuarios representan un grupo social fundamental en el desarrollo de la tecnología. A su vez, dicha propuesta teórica dialogó con un enfoque cualitativo que abarcó los espacios *online* y *offline*, a través de la observación no participante en Internet y de la entrevista semiestructurada.

Al plantear al periódico digital como una innovación se pudo conocer que el medio de comunicación adquiere sentido cuando brinda al lector elementos para socializar en su vida cotidiana. No obstante, queda la labor de afinar metodologías útiles para comprender la relación del lector con el periódico digital, así como las diferentes apropiaciones de los medios digitales.

Hacia la comprensión del periódico digital como artefacto: debates, mitos y utopías

El periódico digital como innovación tecnológica es el resultado de controversias técnicas, de mercado y de uso social. Es así que la permanencia de una máquina de

¹ Egresada de la Maestría en Comunicación de la Universidad de Guadalajara; profesora en Universidad Autónoma de Querétaro; estudiante del Doctorado en Estudios Socioculturales de la Universidad Autónoma de Aguascalientes. Contacto: betsabeefortanell@gmail.com

² Investigación desarrollada como requisito para obtener el grado de maestra en Comunicación (por la Universidad de Guadalajara), posgrado inscrito al Programa Nacional de Posgrados de Calidad, del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) en el nivel Competencia Internacional.

comunicar se asegura si su inventor piensa en términos de desplazamientos técnicos y sociales. Y sólo al final de un largo recorrido se estabilizará el nuevo sistema de comunicación (Fichy, 1993).

El propósito fue exponer un planteamiento a partir del constructivismo social, arraigado en la sociología de la tecnología, para argumentar que el periódico digital no sólo se conforma en las redacciones, en las áreas administrativas del medio de comunicación, en Internet, sino que su construcción depende del lector; del uso social, entendido como significación (Gómez-Mont, 2002).

De esta manera, al igual que Pinch y Bijker (1993), se acepta que los estudios de la ciencia y de la tecnología se benefician mutuamente. Comprender al periódico digital como una innovación implica: rechazar el determinismo tecnológico (anular que la tecnología impone a los usuarios formas de consumo y de uso). Por el contrario, se acepta que en la construcción del medio de comunicación hay espacio para negociaciones, resistencias y revalorizaciones entre lo social y lo técnico.

Mitos y utopías del periódico digital: discursos propios de su tiempo

El periódico digital se ha desarrollado teniendo como contexto la conformación de un nuevo paradigma social, cuyos elementos (tecnología, conocimiento e información) han provocado y caracterizados sus mitos y utopías.

La *sociedad programada* (Touraine, 1973), *postindustrial* (Bell, 1976), de la *postinformación* (Negroponte, 1995) e *informacional* (Castells, 2006) son propuestas que destacan el valor del conocimiento, de la tecnología y de la información como factores de producción, de empoderamiento, como determinantes de clases sociales, como elementos que establecerían el devenir de las sociedades, específicamente, en la elevación del nivel de vida y en el cambio social.

Un estudio sociotécnico del medio requiere del despojo de esas utopías; en la medida que una innovación se piensa a partir del constructivismo social y se brinda una perspectiva histórica, obligadamente también encuentra su lugar en la sociedad.

Para Mosco (2004), la creencia en los rasgos mitológicos de las tecnologías de la comunicación y la información equivale a amnesia histórica. Sin embargo, no es posible entender el lugar de la tecnología sin considerar mitos de los sistemas de comunicaciones informáticas, en particular Internet, la *World Wide Web* y el ciberespacio.

El discurso digitalista es mítico; se establece así mismo como fedatario de una realidad, una revolución tecnológico-digital que se confunde con el mito, o con el nacimiento de una nueva era, lo cual niega la historia y la irracionalidad (Almirón y Jarque, 2008).

Con las “nuevas” tecnologías han venido mitos semejantes a los que antecedieron a la electricidad, a la radio, a la televisión pero es a partir de estos capítulos, en estos entramados históricos, donde se comprende cómo se conforman las innovaciones tecnológicas desde el mito hasta la puesta en práctica (Mosco, 2004).

Entonces, se identifica un *patrón en la historia de la tecnología*. Para Mosco (2004), la tecnología encuentra un lugar privilegiado en la sociedad después del mito:

El verdadero poder de las nuevas tecnologías no aparece durante el período mítico; es decir, cuando son aclamados por su capacidad para lograr la paz mundial, para renovar las comunidades [...] la historia, la geografía o la política sino que su impacto social es mayor cuando las tecnologías se convierten en banales (p. 19).

En su rol de “nuevo o novedoso”, el periódico digital se cubre por un halo mítico que ha permeado en lo más profundo, trayendo consigo a los optimistas del periodismo digital que vislumbran una oportunidad para superar las limitaciones del periódico impreso.

Las utopías del periódico digital se relacionan con la presencia y uso de la tecnología, con un aumento y mejora de la libertad de opinión, en la creación y acceso a la información; los defensores del periodismo digital suponen a la información más profunda, ética y plural, simplemente gracias a la tecnología (Almiron y Jarque, 2008).

Los discursos utópicos, en áreas profesionales y académicas, sostienen que en Internet había nacido una nueva prensa, con su propia identidad y su lenguaje (Fogel y Patiño, 2008); un periodismo más democrático, participativo, abierto y plural (Meso, 2006); un medio de comunicación sin limitación geográfica y universal (Navarro, 2000).

La crítica a tales enunciados parte de reflexiones profundas e históricas sobre la construcción sociotécnica de los artefactos, de tal manera que el discurso se mesura. El periodismo para Internet³ conserva estructuras clásicas en la forma de trabajar y entender la profesión periodística; más que una ruptura, indican semicontinuidad y características distintas a las que implican las ideas de cambio o evolución que defienden los apologetos (Almirón y Jarque, 2008).

Comprender al periódico digital como innovación tecnológica rechaza los discursos utópicos. Por el contrario, es necesario estudiar al medio de comunicación en diálogo con su usuario; la relación sujeto artefacto. En síntesis, el constructivismo social de la tecnología.

Los usos sociales y la construcción social del periódico digital

Este proyecto tuvo los objetivos de describir y comprender los usos sociales del medio; derivados de contemplar al periódico digital como una innovación que se construye desde lo técnico y lo social. En consecuencia, la pregunta rectora de investigación se enunció como: ¿cuáles son los usos sociales que el lector hace del periódico digital?

A esta interrogante se sumaron las preguntas secundarias: ¿cuáles son las prácticas del usuario involucradas en la lectura del periódico digital, ¿cómo el lector ha introducido el periódico digital a su cotidianidad?

³ Almirón y Jarque (2008) prefieren el concepto *periodismo para Internet* en lugar de periodismo electrónico, ciberperiodismo, periodismo en línea o periodismo digital.

Fueron inquietudes relacionadas con el modelo de construcción social de la tecnología para ver, conocer y analizar los procesos que existen del lado del usuario (Ayala, 2013).

De esta manera, el objeto de estudio tiene diferentes alcances: el primero relacionado con la construcción social de la tecnología útil para estipular que el periódico digital se co-construye desde lo técnico y lo social; en el segundo, se asume que cada lector (usuario) se vincula con el periódico digital de una forma particular a través de las prácticas cotidianas, y un tercer nivel afín al uso social, en el que se examinarán las significaciones que el lector (usuario) brinda al periódico digital como innovación tecnológica.

El modelo scot: marco teórico para la comprensión del periódico digital como artefacto/innovación

Pensar al periódico digital como una innovación tecnológica construida de manera sociotécnica a ubica esta investigación en las propuestas teóricas preocupadas por la comprensión de las relaciones sujeto-artefacto, lector-medio.

La teoría de hipermediaciones de Scolari (2008) se centra en los espacios del sujeto con la tecnología, y los aborda como procesos integrados de intercambios, producciones y consumos simbólicos. De esta manera, el concepto hipermediación aborda el salto del objeto al proceso:

O, como decía hace dos décadas Martín-Barbero, perderíamos el objeto para ganar un proceso: el proceso de hipermediación. Al hablar de hipermediación no nos referimos tanto a un producto o a un medio sino a procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente (pp. 113-114).

Con el término de la hipermediación de Scolari (2008), esta investigación se coloca en las dinámicas culturales de las tecnologías. Allí donde el modelo SCOT de Bijker, Hughes y Pinch (1993) propone al usuario como integrante del grupo social fundamental en el desarrollo de la tecnología.

El modelo SCOT, al manifestar que los usuarios tienen un papel relevante, propone el término flexibilidad interpretativa para describir la construcción de significados diferentes de la tecnología a partir de sus usos, lo cual enriquece la comprensión de los éxitos o los fracasos de una invención (Bijker, Hughes y Pinch, 1993).

En el modelo, el contexto social es relevante. A partir del mismo se comprenden normas, valores, significados del artefacto (Pinch y Bijker, 1993). En otras palabras, la construcción sociotécnica se lleva a cabo en el día a día. La reflexión sobre las *maneras de hacer* cotidianas fueron el punto de partida de la investigación de De Certeau (2007) y fueron útiles a esta investigación para el estudio del contexto. El autor cuestionó la supuesta dominación de los usuarios e indagó en la práctica del *hombre común*, y en sus respectivas vías para gestionar lo cotidiano.

Las *maneras de hacer* constituyen vías para conocer, reflexionar e investigar cómo los usuarios se reapropian del espacio organizado por los técnicos en la producción sociocultural (De Certeau, 2007). A partir de estas observaciones, se formula que los usos sociales del periódico digital se producen en la lógica de las prácticas cotidianas.

En términos generales, con el modelo SCOT, se afirma teóricamente que el periódico digital no lograría estabilizarse por sí solo como medio de comunicación. Por el contrario, es a través de un proceso de co-construcción (entre la tecnología y el lector) que el medio se desarrolla, generando pugnas, controversias, significados y, por tanto, usos sociales diferentes a los pensados por sus creadores, por sus defensores, por sus mitos y utopías.

Hacia una reflexión del periódico digital a partir de sus usos sociales

Al hablar de la co-construcción *social de la tecnología* se bosquejó un mapa teórico que orientó hacia el estudio y la comprensión de los usos sociales del periódico digital.

Al igual que un texto, las tecnologías llegan dotadas de un programa interpretativo, pero en el proceso de recepción esa propuesta puede ser reinterpretada por los usuarios. Tanto los programadores como los diseñadores de tecnologías pueden imaginarse en la parte superior de una pirámide; sin embargo, en situaciones concretas de intervención su poder se diluye (Scolari, 2008). De hecho, no hay un uso correcto y nunca se pueden dar por sentados los usos de cualquier tecnología (Oudshoorn y Pinch, 2003).

El uso social refiere a la apropiación que el usuario hace de la innovación, dando pauta a un escenario complejo en el que coexisten la influencia tanto del sujeto como de la tecnología.

La escuela de usos sociales pone acento en la complejidad del proceso de apropiación tecnológica. Es una propuesta capaz de superar el esquema de los “efectos” y de los “impactos” de la tecnología con que habla la escuela funcionalista de la comunicación (Gómez-Mont, 2005).

Además, la noción de uso social mira en retrospectiva y remite a un proceso de construcción social, hace hincapié en procesos micro, ya que el uso social no puede darse por sentado ni tampoco es generalizable, sino que responde a particularidades de grupos o individuos (Gómez-Mont, 2005).

De esta manera, el lector tiene la posibilidad de crear, negociar, dar formas, significados y usos sociales, a veces no concebidos por el productor (periodista o el medio de comunicación). No obstante, tampoco se niega que el lector haga uso del periódico digital a partir de aquello que el medio propone. En suma, implica que la relación usuario-tecnología sea un proceso de reconfiguración constante.

Es así que, a través de los usos sociales, el periódico digital se despoja de mitos y utopías. Adquiere su lugar en un sistema de medios de comunicación y se inserta en la vida cotidiana de los lectores.

La metodología cualitativa para estudiar los usos sociales del periódico digital

El periódico digital se co-construye en procesos sociotécnicos. Por las características de este planteamiento, el estudio de los usos sociales del periódico digital es inseparable de la metodología cualitativa. En consecuencia, los sujetos tienen un lugar central; sus percepciones, ideas, emociones e interpretaciones, constituyen la investigación misma (Sautu, 2003: 71).

El abordaje de los usos sociales corresponde a circunstancias concretas. De acuerdo con su contexto, cada grupo social o cada individuo hará usos sociales y tendrá significaciones diferentes de un artefacto.

Por consecuencia, en este proyecto de investigación, se entendió por *caso* al sujeto lector. Si bien no pueden darse por sentados los usos sociales de un artefacto (Oudshoorn y Pinch, 2003), tampoco pueden ser generalizados a todo un colectivo de usuarios, ya que los usos que se asignan a una tecnología están relacionados con contextos y con circunstancias específicas, se trata de procesos micro (Gómez-Mont, 2005).

Para el problema de investigación que interesa aquí, el estudio de caso fue una ruta para la comprensión de los usos sociales del periódico digital. El caso es un medio y no el objeto de estudio; es decir, el caso en sí mismo adquiere importancia secundaria (Gundermann, 2001).

Primera etapa del trabajo de campo: aproximación a lectores y la elección de casos de estudio

En lo siguiente se reseñan las herramientas que integraron la propuesta metodológica para identificar y describir los usos sociales: la elección de casos de estudio, la observación no participante en Internet de usuarios de periódicos digitales y la entrevista semiestructurada.

La primera etapa del trabajo de campo supuso la aproximación a lectores de periódicos digitales y la delimitación del estudio. La elección de casos está circunscrita a un territorio físico, la ciudad de Querétaro (México).

La delimitación geográfica permite describir, contrastar y comprender los usos sociales del periódico digital en contextos semejantes. Por ejemplo, una tercera parte de los hogares en el estado de Querétaro tiene acceso a Internet; un escenario semejante a la media nacional y a nueve entidades más,⁴ según el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI, 2013).

⁴ Según datos del INEGI (2013), 34.2% de los hogares en Querétaro cuenta con acceso a Internet; se trata de un porcentaje cercano a los estados de Aguascalientes (35.8%), Coahuila (34.3%), Chihuahua (32.1%), Jalisco (36.4%), Ciudad de México (29.3%), Morelos (32%), Nayarit (31.6%), Sinaloa (34.3%) y Tamaulipas (35%), mientras que para la media nacional el INEGI calcula que 30.7% de los hogares tiene acceso Internet, lo cual se traduce en 46 026 450 usuarios de Internet en México que representan 43.5% de la población.

Ahora bien, se seleccionaron usuarios (casos) que tuviesen características diferentes entre sí (escolaridad, sexo, edad, ocupación). Cuando se pretende realizar investigaciones sobre Internet cuyo interés es estudiar pocos individuos, es de utilidad considerar las diferencias más relevantes entre los sujetos de investigación (lectores, usuarios de periódicos digitales) (Estrada y Rodríguez, 2001).

La elección de los lectores partió la aplicación de un cuestionario *online*, el cual tuvo los objetivos de bosquejar un perfil de usuario de periódicos digitales y tener el acercamiento a los sujetos de estudio.

El enlace al cuestionario se compartió a través de redes sociales (Facebook); llegó a 111 usuarios, de los cuales sólo 40 fueron partícipes de esta primera aproximación. Enseguida, se construyó una base de datos. Más tarde, se estableció contacto con los lectores para invitarlos a participar en la investigación. Por lo tanto, tras este acercamiento al campo se definieron los casos de estudio.⁵

Una apuesta por reunir los espacios online y offline: la observación no participante y la entrevista semiestructurada

Para la obtención de datos se recurrió a la observación no participante en Internet y a la entrevista semiestructurada. Con ambos instrumentos se caracterizaron las prácticas del lector, así como las maneras a través de las cuales el usuario integra al medio de comunicación a su cotidianidad; al mismo tiempo se exploraron las significaciones del periódico digital.

La observación no participante es lo que Anguera (1997) llama observación externa. Para Guber (2011), entre las formas de observación se distingue la del observador puro: aquel que se niega explícitamente a adoptar otro rol que no sea el propio. Se trata de observación plena.

Lo que aquí se propuso como observación no participante se llevó a cabo a través de una aplicación (*Kidlogger*) que registró movimientos de los usuarios (casos de estudios) en los aparatos (laptop o celular, específicamente) que emplean para leer el periódico digital. En general, esta herramienta produjo datos que permitieron hacer inferencias sobre las prácticas de los lectores.

La observación tiene dos sentidos: el primero, la acción del investigador de mirar detenidamente; el segundo, el conjunto de cosas observadas, de datos y fenómenos (Pardinas, 1984). La observación no participante de este proyecto está

⁵ Los cuatro casos que comparten el hábito por la lectura de periódicos digitales. En breve, se describen a continuación: Salvador tiene 28 años es soltero y licenciado en Derecho y maestrante en Justicia y Derecho Constitucional; lee el periódico desde la computadora. Aficionado tiene 29 años y usa el teléfono celular para leer; su nivel de escolaridad es Licenciatura en Administración y es empresario, soltero. Araceli tiene 35 años y es una profesora de tecnologías en escuelas secundarias; es madre de tres hijos. Angélica tiene 41 años y es licenciada en Psicología, maestra en Psicología Clínica y profesora en una universidad pública; es soltera.

relacionada con la última afirmación, en la medida que lo observado fueron datos que caracterizan prácticas.

Si se considera que el problema de investigación define la metodología, el estudio de caso y la observación no participante en la *web* fueron dos opciones útiles para atender a los objetivos de investigación: indagar en el proceso de co-construcción sociotécnica del periódico digital, a partir de los usos sociales del lector.

Para el conocimiento y la comprensión de tales significaciones, la observación no participante en Internet se complementó con la entrevista semiestructurada, lo cual implicó no sólo observar sino interrogar por qué y para qué de las prácticas del lector.

Una de las características de la investigación social es que los “objetos” que se estudian en realidad son “sujetos” que por sí mismos producen relatos de su mundo; las diferencias entre la observación y la entrevista no son lejanas, cuando se desea entrevistar a gente con la que uno ha establecido contacto mediante la observación se necesita poco trabajo extra (Hammersley y Atkinson, 2003).

Es así que se eligió la entrevista semiestructurada para complementar la observación no participante. En ésta el investigador dispone de un guion con los temas que deben tratarse, ya que la conversación puede plantearse de diversas maneras para hacer las preguntas que parezcan oportunas (Corbetta, 2007).

Con las dos herramientas de investigación (la observación no participante en la *web* y la entrevista semiestructurada) se reunieron dos espacios: *online* y *offline*. En otras palabras, la metodología se movió en dos escenarios donde el periódico digital se está co-construyendo, desde el ámbito tecnológico (visible en la computadora, en los teléfonos celulares, en las tabletas) y desde el ámbito social (el usuario y su contexto).

Categorías para la captura de datos

Con el propósito de tejer la problematización, el marco teórico, la metodología y el trabajo de campo se formularon tres categorías para la captura de datos: *aproximación al periódico digital*, *prácticas de lectura del periódico digital* y *significación respecto al periódico digital*, de las cuales, simultáneamente, se derivan subcategorías.

La categoría *aproximación al periódico digital* abarcó los datos que describieron cómo el usuario se ha relacionado con el periódico digital (en otras palabras, cómo el lector resolvió los problemas de aproximación al medio). Aquí se ubicó el modelo SCOT (problemas, soluciones, controversias).

La categoría *prácticas de la lectura del periódico digital* se vinculó con las *maneras de hacer*, y se pensó para seleccionar los datos generados a partir que el usuario se relaciona con el periódico digital y su lectura.

Por su parte, *significación del periódico digital* (tercera categoría) tuvo el fin de vincular las prácticas del lector con las significaciones de uso.

En el esquema se exponen las categorías y las subcategorías, las cuales se describen y se relacionan con las herramientas metodológicas.

Tabla 1
Categorías para la observación no participante en Internet
y la entrevista semiestructurada

Categoría	Subcategorías	Descripción	Herramienta
Aproximación al periódico digital	Trayectoria de vida en relación con la lectura de periódicos digitales	Indagar en los acercamientos al periódico digital; si el lector es migrante o nativo digital. Modificaciones o desarrollos en cuanto a la lectura del periódico digital	Entrevista semiestructurada
	Horarios de lectura del periódico digital	Horarios para la lectura del periódico digital	Observación no participante en Internet
	Dispositivo tecnológico	Herramientas tecnológicas de lectura: PC, celular o tabletas	Observación no participante en Internet/ Entrevista semiestructurada
	Plataformas virtuales de lectura	Vías virtuales para lectura del periódico digital	Observación no participante en Internet/ Entrevista semiestructurada
	Tiempo de lectura	Periodos de lectura (diario o semanal)	Observación no participante en Internet/ Entrevista semiestructurada
	Oferta de periódicos digitales	Periódicos digitales tanto locales, nacionales o internacionales	Observación no participante en Internet/ Entrevista semiestructurada
Prácticas de lectura del periódico digital	Jerarquización de contenidos	Secciones y temáticas que interesan al lector	Observación no participante en Internet/ Entrevista semiestructurada
	Lectura de contenidos	Recuperar secciones y contenidos de lectura	Observación no participante en Internet/ Entrevista semiestructurada
	Participación	Participación del lector	Observación no participante en Internet/ Entrevista semiestructurada
	Contexto de lectura del periódico digital	Espacios de lectura	Entrevista semiestructurada
Significación del periódico digital	Asociación con el contexto del usuario	El periódico digital posibilita: desarraigarse del contexto inmediato y arraigarse a un contexto específico (local, nacional e internacional)	Entrevista semiestructurada
	Valores democráticos	El periódico digital posibilita la toma de decisiones, crear juicios de valor; empoderarse con información	Entrevista semiestructurada
	Esparcimiento	El periódico digital como un espacio de recreación	Entrevista semiestructurada
	Intereses del lector	El periódico digital solventa los intereses del lector, sus inquietudes laborales, sus preocupaciones personales, de la localidad o del país	Entrevista semiestructurada

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Fortanell (2014).

El análisis de resultados: hacia los usos sociales del periódico digital

Con el propósito de identificar las significaciones del periódico digital, se formuló el esquema de análisis, basado en una tipología de usos sociales.

Tabla 2 Usos sociales del periódico digital		
Tipo de uso (Scolari, 2004, 2008)	Uso social (el periódico digital como...)	Descripción (observables)
Real	Delimitador del entorno	El periódico digital como recurso para delimitar el contexto local, nacional e internacional del lector
Dominante	Extensión del periódico impreso	El periódico digital representa la continuidad/ Complemento del periódico impreso
Prescrito	Fuente de información	El periódico digital como fuente de información confiable de actualidad
Real	Fuente de entretenimiento	El periódico digital significa un espacio de recreación
Real	Ancla sociocultural	El periódico digital como fuente de raíces culturales y sociales del lector
Real	Reafirmador de conocimiento	El periódico digital confirma, comprueba y contrasta la información consultada en otros medios de comunicación
Dominante	Producto de lectura a medida	El periódico digital como un medio de comunicación de la lectura personalizada
Instruccional	Vía instantánea y cómoda de información	El periódico digital representa una ruta para el acceso a información práctica, cómoda y breve
Real	Promotor y difusor de valores, tradiciones y prácticas	El periódico digital como reflejo de la sociedad y de la cotidianidad

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Fortanell (2014).

En general, con la estrategia metodológica se indagó en las prácticas cotidianas del usuario para identificar las significaciones que el lector ha otorgado al medio de comunicación; es decir, aquellos usos sociales que definen la co-construcción del periódico digital.

Principales hallazgos: el modelo scot, problemas y soluciones del proceso de co-construcción

Es oportuno recordar que en esta tesis el periódico digital se concibe como una innovación tecnológica, co-construida en un proceso sociotécnico. No obstante, aunque son varios los actores involucrados, interesa centrarse en el grupo social relevante que constituye el usuario. El lector define problemas y soluciones, se

encarga de la flexibilidad interpretativa, de las tácticas y de las maneras cotidianas de hacer al artefacto.

Los casos estudiados (cuatro: dos hombres y dos mujeres) conforman un grupo social relevante que interacciona con la innovación (el periódico digital) para cumplir con la función básica de informarse –de la cual se desprenden más fines–, ya sea para conocer el acontecer nacional o bien para estar al tanto de temas relacionados con su profesión; asimismo, de esta función se despliegan una serie de *problemas* y *soluciones*, y en general prácticas de lectura insertas en la rutina cotidiana del sujeto.

Con *problemas* y *soluciones* se remite al modelo SCOT, el cual indica que el usuario se enfrenta a controversias generadas a causa de la *aproximación al artefacto*.

Los problemas se traducen en: horarios de consulta del periódico digital, el dispositivo tecnológico para lectura, el contexto de lectura, entre otros. Por otra parte, las soluciones son complejas y atienden a un nivel más general en el que se involucra el *contexto más amplio* del usuario.

Por ejemplo, al problema “dispositivo tecnológico”; es decir, qué herramienta emplea el lector para aproximarse al periódico digital, se vincula (en gran medida) al contexto del sujeto. En todos los casos, el artefacto (computadora o teléfono celular) utilizado para laborar es el mismo para acudir al medio de comunicación digital.

Asimismo, el dispositivo tecnológico y su función están relacionados con otras pautas como los días de lectura y los horarios. Como la laptop o el teléfono celular son objetos para trabajar, el periódico digital es consultado durante los días laborales (lunes a viernes). Simultáneamente, los horarios que cada usuario destina para la lectura del medio están vinculados al tiempo libre o a los espacios entre otras actividades cotidianas.

La *solución* adoptada por cada lector para resolver los *problemas* de *aproximación* al periódico digital tiene su origen en el contexto del sujeto, y no en el medio de comunicación en sí. Es decir, para lograr el éxito del artefacto, no sólo el medio debe contar con versiones adaptables a cualquier tipo de pantalla (laptop o dispositivos móviles), sino contemplar el vínculo entre el dispositivo tecnológico y el lector.

Este hallazgo enmarca al periódico digital en un sistema de medios. Implica reconocer que el sujeto no suele leer el diario en Internet las 24 horas del día. Por el contrario, el lector convive con otros medios de comunicación a lo largo de la jornada. Puede ser que recurra al periódico digital en horarios particulares pero, durante el resto del día, el sujeto también consulta la televisión, la radio o los diarios impresos.

La *aproximación* al medio y, en general, las prácticas del sujeto muestran que el periódico digital es dinámico. Con este supuesto no se está refiriendo a la instantaneidad o inmediatez del medio, sino a que el diario se transforma de acuerdo con la *solución* que el lector elige para llegar al medio.⁶

⁶ Sin embargo, dichos cambios en la presentación de los contenidos también son previstos por el medio, a través del llamado *responsive web desing* o del diseño *web* adaptable. Significa la

Las soluciones de aproximación deben observarse con más detenimiento. Los diarios digitales están encontrando formatos en Internet, en los teléfonos celulares o en las tabletas y en otro tipo de pantallas o en “subsistemas” de Internet como las aplicaciones. Entonces, si entre las posibilidades de *solución* del sujeto está el empleo de dispositivos *nuevos*, el proceso de co-construcción seguirá en marcha. Es un escenario complejo y de equilibrio constante, cuyo contexto se caracteriza por la actualización frecuente de aparatos de comunicación.

Por otra parte, la elección de periódicos digitales también representa un problema en la co-construcción del artefacto. La solución a esta *controversia* está ligada a los gustos e intereses del lector. Para el usuario no resulta significativa la posibilidad (la cualidad mitológica) de poder acceder a cualquier diario en Internet (independientemente de la nacionalidad o del idioma) de forma gratuita e inmediata.

En cambio, el lector consulta periódicos digitales (no importa si son nacionales e internacionales) con el fin de conocer información de temas cercanos; para el usuario es importante participar en la vida cotidiana (tanto familiar como laboral) y de hacerse de recursos (informativos) para entender su contexto.

De igual manera, en la oferta de medios, hay espacio para los diarios impresos. Cuando se trata del periódico en papel, el lector consulta a los medios regionales por varias razones: es más accesible, es el que “llega a casa”.

Tal hallazgo muestra la coexistencia de diarios impresos y digitales, y anula la posibilidad del desplazamiento de uno por otro. Los periódicos en papel están arraigados en la tradición, en los lazos familiares, en las prácticas de convivencia al interior del hogar.

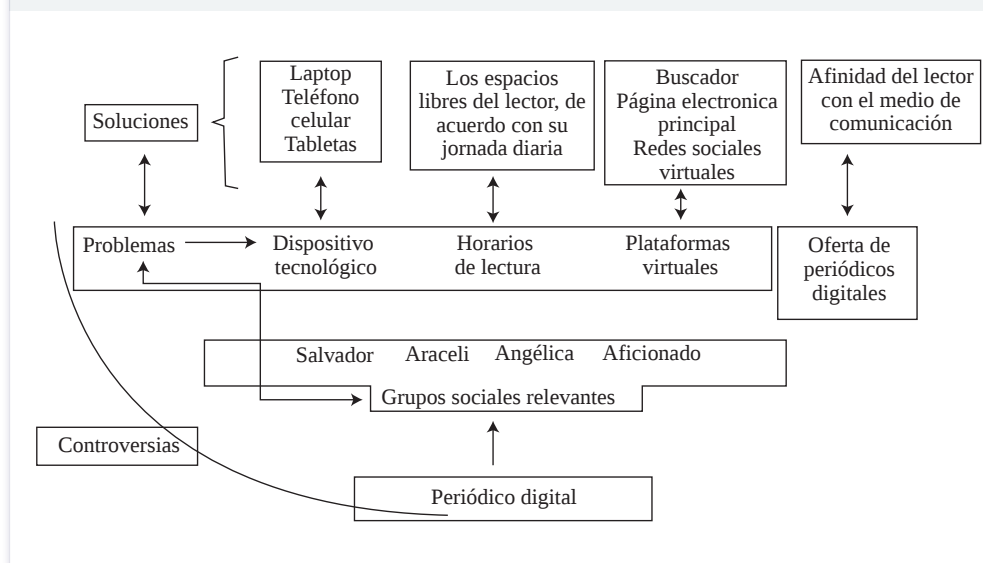
En la lectura del periódico impreso se encuentran los orígenes del sujeto como lector. En el diario en papel, el usuario se forjó como lector. En otras palabras, el usuario que participa en el proceso de co-construcción del periódico digital fue un lector de diarios impresos.

A través de las controversias, por las pugnas entre problemas y soluciones, se visualizan los modos en cómo el lector se apropia de un artefacto. En medio de esta dinámica se conciben las *prácticas* del lector, las *maneras de hacer* del usuario. En otras palabras, hablan de las formas en cómo el lector integra el periódico digital a su vida cotidiana.

A través de las prácticas se localizan los usos sociales más elementales, los *prescritos*, relacionados con que el periódico digital significa para el usuario una *fuerza de información* y una *vía instantánea y cómoda de información*, en la medida que el lector consulta el medio entre sus espacios libres y en la comodidad de su sitio de trabajo o casa.

capacidad del periódico digital (o de cualquier plataforma) para adaptar su apariencia a cualquier dispositivo tecnológico (teléfonos, tabletas, computadoras personales, televisores).

Figura 1
Esquema de *problemas y soluciones* del periódico digital como artefacto



Fuente: Fortanell (2014).

En la rutina cotidiana, los usos sociales *dominantes* se traducen en: la *extensión del periódico impreso* y en el *producto de lectura a medida*. Puesto que el usuario primero leyó el formato en papel y después la versión digital del medio. Además, el lector encuentra en el diario digital un medio personalizado.

Otros de los usos sociales son los llamados *reales*, entre los que se consideran el periódico digital como *delimitador del entorno*, como *fuentes de entretenimiento*, como *reafirmador de conocimiento*, así como *productor y difusor de valores, tradiciones y prácticas*.

Para los cuatro casos de estudio, el periódico digital permite diferenciar a Querétaro del resto de los estados, o en su caso, a México del mundo. En el medio, los lectores hallan espacios de entretenimiento y relajación. Igualmente, el diario digital comprueba y reafirma la información que, quizá, se dio a conocer primero en redes sociales virtuales (como sucede con uno de los usuarios). Asimismo, en los periódicos digitales, los usuarios localizan datos identitarios de una realidad determinada (laboral, profesional, etcétera).

En el catálogo de *usos sociales* también se incluyó otro de carácter real: *ancla sociocultural*, el cual indica que el periódico digital es una vía para referir a las raíces culturales y sociales del lector. Los usuarios reconocen este uso en el periódico impreso y el digital. Incluso, el primero se percibe como más cercano al contexto del usuario.

Frente a las particularidades en las *maneras de usar* el medio de comunicación, cada uno de los casos hacen posible un *uso social en común*. El periódico digital

tiene un *uso socializador*. Es un artefacto al que se acude para contar con los recursos necesarios para conversar con familiares, amigos, colegas, etcétera. En todos los casos, es necesario consultar el periódico digital para dialogar y afianzar lazos.

En otras palabras, por encima de los ideales utópicos del periódico digital como artefacto, está el *uso social real* de socializar. Más que un ciudadano informado sin limitaciones, el lector de diarios digitales es un sujeto que requiere de aceptación entre los suyos, y el medio es un artefacto que le brinda recursos para hacerlo. Es decir, de la lectura del periódico digital, del simple acto de informarse, se extienden otras prácticas. El artefacto se despoja de *mitos* en la rutina cotidiana.

Aunque los diarios digitales cuenten con los recursos (accesibilidad en tiempo y espacio, gratuidad, sin limitaciones de tiraje) para pensarse como artefactos revolucionarios, el sujeto los co-construye como aparatos o como medios de comunicación comunes, en la medida que el lector no persigue un fin mitológico o idealizador del periódico digital.

Si se toma en cuenta el *patrón*⁷ en la historia de la tecnología, el periódico digital encontraría su lugar en la sociedad como un medio de comunicación *común* e igual a otros (la radio o la televisión, por ejemplo). No obstante, su proceso de co-construcción seguirá abierto en la medida que el lector emplee dispositivos tecnológicos novedosos para llegar al medio.

Reconocimiento de limitaciones y propuestas para el futuro: instrumentos metodológicos y posibles abordajes de estudio

A manera de cierre, este último apartado tiene los propósitos de reconocer las limitaciones del estudio y plantear preguntas para investigaciones futuras sobre el periódico digital, así como vincular los resultados con rutas de abordaje para continuar el estudio del artefacto. Por consecuencia, se lanzan hipótesis y se hacen señalamientos particulares a la metodología que rodea a los objetos de estudio en la red.

Los hallazgos caracterizan al periódico digital como un artefacto en desarrollo constante, a través de un proceso lleno de controversias en las cuales el usuario ocupa un lugar relevante porque no sólo encuentra *soluciones* a los *problemas* del artefacto sino que, a través de sus prácticas de lectura, otorga un uso común al diario digital, un *uso socializador*. Para llegar a estas conclusiones fue de utilidad comprender al periódico digital como una innovación tecnológica (artefacto).

No obstante, quedan preguntas pendientes. Por ejemplo: ¿los hallazgos serán diferentes en otros contextos?, ¿el periódico digital tiene un uso socializador en otros casos?, o bien, ¿el uso socializador del periódico digital es diferente de los usos sociales de otros medios de comunicación? Porque si la radio, la televisión, las revistas o los diarios impresos también se caracterizan por un uso socializador,

⁷ Mosco (2004) propone que la tecnología encuentra su lugar en la sociedad después del mito. El verdadero poder de la tecnología aparece cuando se convierte en banal.

entonces el periódico digital (aun con todas sus cualidades mitológicas o con sus características) guardaría semejanzas con otras máquinas de comunicar.

Otra limitante se deriva de reconocer que la investigación tiene un carácter cualitativo y exploratorio; de esta manera adquieren relevancia las inquietudes sobre si el uso socializador del periódico digital se replicará en un abordaje cuantitativo, y qué tipo de variaciones, en cuanto a usos sociales, podrán obtenerse cuando se cruzan datos como la edad, el nivel de escolaridad, la ocupación, e incluso la ubicación geográfica. O bien, a partir de este estudio, se plantea la posibilidad de construir investigaciones cuantitativas que aporten a la exploración y explicación de los usos sociales de los medios de comunicación digitales.

Además, es oportuno señalar que a lo largo de este proyecto hubo inquietudes que se dejaron de lado, como cuantificar el tiempo de lectura o el número de visitas. En cambio, fue más enriquecedor centrarse en la relación contexto-prácticas de lectura. En consecuencia, puede sostenerse que los usos del periódico digital se comprenden a partir de la vida cotidiana.

Es inquietante el hallazgo sobre los orígenes del usuario como lector. Los sujetos (casos) de estudio leyeron primero a los diarios impresos y después a los digitales. Este descubrimiento expresa que al periódico digital lo está *co-construyendo* un lector migrante y no, precisamente, un nativo digital.

En cuanto a la metodología empleada, se acepta que tuvo sus limitaciones y muchos riesgos. Se apostó por nombrar *observación no participante en Internet* al ejercicio hecho a través del *Kidlogger*. A pesar de las limitaciones del *software*, los datos generados fueron útiles para establecer periodos de lectura y para conocer la oferta de medios de comunicación. Asimismo, el cuestionario *online* permitió el primer contacto con los sujetos de estudio y la construcción de un perfil de lector de periódicos digitales.

Tanto la observación no participante en Internet como el cuestionario *online* son instrumentos que atienden a objetos de estudio generados en la red. Sin embargo, la experiencia en el trabajo muestra que no deben considerarse herramientas aisladas del espacio *offline*; por el contrario, el sujeto no atendió al cuestionario tratándose de algo desconocido.

Lo mismo sucedió con el contacto de los casos, debió darse una presentación formal del investigador para que el sujeto confiara y aceptara participar en el proceso de investigación. Sin dejar de lado que, la observación a lectores de periódicos digitales no fue suficiente para responder a los objetivos de investigación; siempre fue necesario el encuentro cara a cara.

Lo dicho hasta aquí evidencia que hay un vínculo importante de los problemas de estudio *online* con lo *offline*. Además del trabajo pendiente para perfeccionar la metodología útil para el abordaje de problemas digitales, en cuanto a contar con los recursos necesarios para llevarla a cabo y los elementos suficientes para vincularla a propuestas teóricas con el interés de fortalecerla y legitimarla.

En resumen, el periódico digital es un objeto con aristas por analizarse (otros grupos relevantes, por ejemplo) y con tareas futuras por encontrar herramientas que amplíen y profundicen su estudio. No sólo porque es un artefacto cuyo proceso de co-construcción sigue vigente sino porque está encontrando su lugar en la cotidianidad del lector.

Bibliografía

- Almiron, N. y Jarque, J. (2008). *El mito digital. Discursos hegemónicos sobre Internet y periodismo*. España: Anthropos.
- Anguera, M. (1997). *Metodología de la observación en las ciencias humanas*. Madrid, España: Ediciones Cátedra.
- Ayala, S. (2013). *Usos de los textos impresos y digitales en diversas universidades: relato de un proceso*. En N. Raimondo Anselmino y M. Reviglio (Eds.), *Territorios de comunicación. Recorridos de investigación para abordar un campo heterogéneo*. Quito, Ecuador: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.
- Bell, D. (1973). *El advenimiento de la sociedad post-industrial*. Madrid, España: Alianza.
- Bijker, W., Hughes, T. y Pinch, T. (1993). *The social construction of technological*. Cambridge, Inglaterra: MIT Press.
- Castells, M. (2006). *La era de la información: economía, sociedad y cultura* (Tomo I). México: Siglo XXI.
- Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. España: McGrawHill.
- De Certeau, M. (2007). *La invención de lo cotidiano* (Tomo I: Artes de hacer). México: Iberoamericana/Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Estrada, A. y Rodríguez, N. (2001, abril/junio). Evaluación de las herramientas de búsqueda de información en Internet. *Biblios. Revista de Bibliotecnología y Ciencias de la Información*, 2 (8), 1-20. Lima, Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Fortanell, B. (2014). Usos sociales del periódico digital: un abordaje del proceso de coconstrucción sociotécnica del medio. Tesis de maestría no publicada. Universidad de Guadalajara, México.
- Flichy, P. (1993). *Una historia de la comunicación moderna. Espacio público y vida privada*. España: G. Gilli.
- Fogel, J. y Patiño, B. (2008). *La prensa sin Gutenberg. El periodismo en la era digital*. España: Punto de Lectura.
- Gómez-Mont, C. (2002). Los usos sociales de las tecnologías de información y comunicación. Fundamentos teóricos. *Estudios de comunicación y política* (pp. 287-305). México: Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.
- Gómez-Mont, C. (2005). Los usos sociales de las tecnologías de información y comunicación en México. En J. C. Lozano (Ed.), *Diagnósticos, balances y retos* (pp. 303-325). México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación/ Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
- Guber, R. (2011). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Argentina: Siglo XXI Editores.
- Gundermann, H. (2001). El método de los estudios de caso. En M. Tarrés (Coord.), *Observar, escuchar y comprender. Sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. México: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales/Colegio de México/ Miguel Ángel Porrúa.
- Hammersley, M. y Atkinson, P. (2003). *Etnografía. Métodos de investigación*. España: Paidós Básica.

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía- INEGI. (2013). *Estadísticas sobre disponibilidad y uso de tecnología de información y comunicaciones en los hogares*. México: Autor.
- Meso, K. (2006). *Introducción al ciberperiodismo: breve acercamiento al estudio del periodismo en Internet*. Bilbao, España: Universidad del País Vasco.
- Mosco, V. (2004). *The digital sublime. Myth, power and cyberspace*. Cambridge/Londres: MIT Press.
- Navarro, L. (2000). *El periódico online. Estudios sobre el mensaje periodístico*. Madrid, España: Servicios de Publicaciones de la Universidad Complutense.
- Negroponte, N. (1995). *Ser digital*. Buenos Aires, Argentina: Atlantida.
- Oudshoorn, N. y Pinch, T. (2003). *How users matter: The co-construction of users and technologies*. Cambridge, Inglaterra: MIT Press.
- Pardinas, F. (1984). *Metodología y técnicas de investigación en Ciencias Sociales*. México: Siglo XXI Editores.
- Pinch, T. y Bijker, W. (1993). The social construction of facts and artifacts: Or how the sociology of science and the sociology of technology might benefit each other. En W. Bijker, T. Hughes y T. Pinch (Eds.), *The social construction of technological* (pp.17-50). Cambridge/Londres: MIT Press
- Sautu, R. (2003). *Todo es teoría. Objetivos y métodos de investigación*. Buenos Aires, Argentina: Lumiere.
- Scolari, C. (2004). *Hacer clic. Hacia una socio-semiótica de las interacciones digitales*. España: Gedisa.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona, España: Gedisa.
- Touraine, A. (1973). *La sociedad post-industrial*. España: Ariel.

Las secciones de cultura en la prensa de Guadalajara: el caso de los diarios *Milenio* y *El Informador* durante 2013

Cecilia Yasmín Fernández Haro¹

Palabras clave: Periodismo cultural, prensa jalisciense.

Key words: Cultural journalism, Mexican cultural journalism, Jalisco.

Para el ejercicio del periodismo cultural se requiere las horas del día. Aquellas en que el reportero se encuentra con los personajes de sus entrevistas o asiste a los actos donde encuentra la materia de sus notas. Pero, también, las deshoras, cuando entre los libros y las fuentes escritas se hurga en busca de los datos que ayuda a ser más precisos o en las que indaga preparando el terreno para las conversaciones. Finalmente, cuando se batalla a solas frente al teclado y, por lo general, contra el tiempo, para que los largos diálogos o la abundancia de información y de datos puedan ajustarse a las casi siempre pocas cuartillas
Amador Tello (2014).

Introducción

El contexto social que vivimos está permeado por grandes cantidades de información: los temas de economía, política, deportes, espectáculos dominan el interés de las grandes audiencias. El espacio dedicado a la difusión de la cultura en los medios en general es reducido; por ejemplo, en la televisión comercial raras veces aparece, o se le destinan los horarios nocturnos, y en el caso de la prensa se asignan una o dos páginas a su edición diaria. Existen canales y estaciones de radio pública² en el estado de Jalisco enfocadas a la difusión del arte y la cultura, aunque éstos aún no gozan del alcance y del impacto que tienen los medios comerciales. El recurso de Internet también abre posibilidades a grupos independientes, los cuales hacen un gran aporte, pero terminan siendo esfuerzos aislados y un tanto dispersos en las enormes cantidades de información que se manejan en la red. Los grandes medios, los comerciales, son finalmente los que tienen mayor presencia y

¹ Egresada de la Maestría en Ciencias Sociales de la Universidad de Guadalajara; productora/conductora en Radio Universidad de Guadalajara. Contacto: ceciliayasmin@gmail.com

² Los medios de la Universidad de Guadalajara y del Gobierno del Estado de Jalisco, son las plataformas que más espacio destinan a las manifestaciones artísticas locales. Este es un tema para futuras investigaciones.

son referente principal en la sociedad y sobre ellos existe la percepción de que la cultura está minimizada.

¿Por qué estudiar las secciones de cultura en la prensa en Guadalajara? Guadalajara es una de las ciudades más importantes del país, su economía se sustenta en el comercio y los servicios. El crecimiento cultural va en aumento, en los últimos años se han abierto nuevos espacios para conciertos masivos: Teatro Diana, Foro Expo, la Arena VFG, el Auditorio Telmex. Además de que esta ciudad es reconocida internacionalmente por sus festivales, algunos a cargo de la Universidad de Guadalajara, como: Feria Internacional del Libro (FIL), el Festival Internacional de Cine en Guadalajara (FICG), el Festival Papirolas, y otros del Gobierno del Estado o de los municipales, como: Festival Cultural de Mayo, Fiestas de Octubre, etcétera. La creación de estos foros y festivales ha permitido un incremento en la oferta cultural, pues se tiene la capacidad de recibir espectáculos y eventos de categoría internacional, los cuales no llegaban antes por cuestiones de infraestructura. Ahora los recintos están listos y la circulación cultural es mayor. A la par, la comunidad cultural (artistas y creadores) ha crecido y se ha profesionalizado y permanentemente se encuentran en búsqueda de espacios y apoyos para dar difusión a sus trabajos. Ante esto, es posible observar la situación contrastante: por un lado la infraestructura y la comunidad cultural se amplían, y por otro, el espacio de difusión (por parte de la prensa) disminuye. Frente a este panorama una investigación centrada en la difusión de la cultura se considera pertinente.

Existen pocas investigaciones académicas sobre la historia de la prensa local, y sobre el periodismo cultural; además nos encontramos frente a un dilema mayor: Larrosa-Fuentes (2012) manifiesta que en la actualidad la prensa pasa por momentos difíciles, la crisis económica y la irrupción de las nuevas tecnologías han forzado a los periódicos a realizar recortes presupuestales, los cuales generan una serie de decisiones que afectan en menor o mayor medida la cobertura cultural. Al verse afectada la parte económica, un tema clave para los diarios, éstos tienden a reestructurar la planta laboral (capital humano) y la manera en que producen la información, lo que lleva a tomar decisiones sobre cuáles áreas se deben proteger frente otras. Las secciones de cultura generalmente son las que resultan afectadas: esto lo mencionan los editores, quienes atribuyen las limitantes en su trabajo a factores económicos. A la par de esta situación, varios periodistas e intelectuales señalan que también existe una crisis dentro del periodismo cultural, atribuible ya sea a los periodistas o en general a los medios (Matadamas citado en Álvarez, 2011; Musacchio citado en Rodríguez Olvera, 2010). Martha Álvarez (2011) señala que en la actualidad en México se han hecho grandes esfuerzos para producir una mayor oferta de actividades artísticas; sin embargo,

la prensa no es el medio que vincule a la sociedad con dichas actividades; al contrario, en sus planas exhibe descuido, cuando no franco desprecio, hacia tales temas, (advierte) [...] desdén hacia las páginas que dan cuenta de la producción artística e

intelectual de nuestro país y del mundo. En un país con una importante y larga tradición de periodismo cultural resulta paradójica la evidente crisis de este quehacer, sobre todo en un momento en el que la oferta artística y de actividades culturales tiene un apoyo significativo tanto gubernamental como de la iniciativa privada y de asociaciones civiles (p. 36).

Álvarez (2011) realiza una serie de entrevistas a quienes han ejercido el periodismo cultural, y entre sus principales observaciones comenta que la crisis que atraviesa está determinada por un desprecio hacia los temas culturales por parte de los dueños de los diarios, por los bajos presupuestos, porque los medios se han convertido en negocio antes que en servicio, por la falta de objetivos y claridad del periodismo cultural, etcétera. Con esto concuerda Edgar Hernández citado (en Álvarez, 2011), quien a su vez responsabiliza a la audiencia por “no demandar calidad en los contenidos” y que esto tiene como origen un problema educativo de la sociedad en general. Otro de los señalamientos que se hacen a la prensa cultural es el de la especialización de los reporteros: los periodistas del área de cultura deben manejar una amplia variedad de temas y esto se complica cuando los mismos medios no dan garantías laborales; la rotación del personal en ocasiones es alta y los salarios bajos por lo cual los medios terminan contratando gente joven y de manera temporal. Entonces el resultado o cometido final no se cumple, y las deudas con la transmisión correcta del mensaje quedan pendientes. En contraste, Álvarez (2011) considera que el problema financiero en el periodismo cultural ha sido sólo una justificación y esto puede quedar en segundo término, pues en realidad ha sido “la indefinición de la fuente cultural, de políticas editoriales poco claras en materia cultural, de una marcada ausencia de objetivos” lo que no ha permitido su avance (p. 39), y en esta parte son los medios y los periodistas los que no han sabido qué hacer para que la cultura ocupe un lugar central y no sólo una parte complementaria en la información.

En este artículo se presenta el resultado de una investigación analítico-descriptiva³ sobre la construcción cultural al interior de dos diarios de Guadalajara,⁴ *Milenio* y *El Informador*, que fueron elegidos por su amplia circulación local. Cada periódico tiene suplementos culturales; sin embargo, el interés fue analizar lo que se publica diariamente en las secciones de cultura, no lo producido para el fin de semana, y tiene como objetivo contribuir a la reflexión del quehacer cultural, centrándose en los contenidos y en el espacio que éstos ocupan en sus medios. El artículo se compone de: a) la justificación y el planteamiento del problema, b) un breve marco contextual

³ Que corresponde a la tesis “Las secciones de culturales en la prensa de Guadalajara: el caso de los diarios *Milenio* y *El Informador* durante el 2013”, para la Maestría en Ciencias Sociales de la Universidad de Guadalajara en enero de 2015, bajo la dirección de la doctora Silvia Domínguez Gutiérrez.

⁴ Es importante señalar que al referirse a Guadalajara en realidad se considera toda la zona metropolitana de Guadalajara (ZMG) que comprende a los municipios de Guadalajara, Zapopan, Tonalá, Tlaquepaque, Tlajomulco de Zúñiga y El Salto.

sobre los diarios, c) el marco teórico-conceptual y método, d) el apartado de análisis y e) las conclusiones y el planteamiento de futuras líneas de investigación.

La pregunta rectora del trabajo de investigación fue: ¿cómo se construye simbólicamente la información cultural dentro de los diarios *Milenio* y *El Informador* durante 2013? El objetivo general: analizar la construcción simbólica de la información cultural en los diarios *Milenio* y *El Informador*. Se planteó como hipótesis que:

La creación y difusión de contenidos culturales permanecen condicionadas por las estructuras económicas de las empresas mediáticas, las políticas editoriales, los esquemas de trabajo, y por el mismo concepto de ‘cultura’. Estos factores al ponerse en juego se traducen en la asignación de poco espacio para las secciones de cultura, lo que habla del escaso interés en las manifestaciones artísticas por parte de los medios. De esta forma las planas de cultura están lejos de ser consideradas espacios estratégicos de información.⁵

Las preguntas particulares del estudio fueron: a) ¿cómo se manifiesta el concepto de cultural en los diarios *Milenio* y *El Informador*?, b) ¿cuánto espacio se destina al tema de cultura en comparación al espacio destinado a las otras secciones que integran los periódicos locales *Milenio* y *El Informador*?, y c) ¿cuáles son las diferencias y las similitudes de las secciones de cultura los diarios *Milenio* y *El Informador*, respecto al bordaje, espacio y asignación de recursos humanos que se destinan a la cobertura cultural?

Uno de los planteamientos iniciales es que la prensa destina poco espacio a la cobertura cultural, para indagar sobre este supuesto se propusieron varios objetivos:

1. Conocer qué idea o concepto de cultura toman como base los diarios *Milenio* y *El Informador* para desarrollar y/o cubrir la cultura y dentro de este contexto qué lugar se destina a las disciplinas artísticas (a las Bellas Artes).
2. Comparar el trabajo que se realiza entre los dos diarios con el fin de conocer cuánto espacio se destina al tema de cultura en los periódicos locales.
3. Analizar cuáles son las diferencias y similitudes de las secciones de cultura de los diarios *Milenio* y *El Informador*, respecto a su abordaje, espacio y asignación de recursos humanos que se destinan a la cobertura cultural.

Las hipótesis que se sostienen son las siguientes:

1. Los diarios *Milenio* y *El Informador* al trabajar con un concepto amplio del término cultura, con el objetivo de poder incluir otros aspectos de la vida cotidiana, restan espacio a la difusión de las disciplinas artísticas.

⁵ Para responder la pregunta general se construyeron ocho preguntas particulares, de las cuales se seleccionan tres como una introducción al trabajo realizado y que al mismo tiempo pueden presentar un panorama de la situación que atraviesa el periodismo cultural.

2. El espacio que se destina a los temas de cultura dentro de los diarios locales es poco, comparado con el espacio asignado a otras secciones como los deportes o los espectáculos. Estas decisiones sobre la distribución espacial responden principalmente a intereses económicos de las empresas mediáticas.
3. En términos generales los diarios locales analizados no manifiestan diferencias significativas respecto al abordaje, espacio y asignación de recursos humanos a las secciones de cultura. Esto quiere decir que independientemente de presentar algunas diferencias en el tratamiento del tema cultural, la tendencia de visualización y trabajo en ambos periódicos es muy similar.

Esta investigación pretende contribuir a la reflexión sobre el lugar que ocupan los temas culturales en los medios de comunicación, sus espacios y sus dinámicas. Los hallazgos permitirán tanto a periodistas como a investigadores repensar los mensajes que se producen desde las planas de los diarios. El periodismo cultural es un área de especialización que requiere atención por parte de la academia; espero que esta aproximación contribuya a generar inquietudes para abrir futuras líneas de investigación y profundizar en cómo se genera, difunde y consume la cultura.

Teoría y método

Marco teórico

Debido a que los factores que intervienen en la generación de los mensajes son múltiples, para hacer este análisis se hace una aproximación a la Teoría de Campos y *Habitus* de Pierre Bourdieu con el objetivo de comprender en términos amplios cómo los individuos —en este caso los editores— construyen sus prácticas conforme a sus esquemas básicos de percepción, pensamiento y acción con los que se manejan en el mundo social. Asimismo, se retoman un par de teorías de alcance medio que permite completar el análisis de las prácticas periodísticas: el *newsmaking* (fabricación de las noticias) y el *gatekeeper* (los editores). Los parámetros conceptuales en los cuales se desarrolla esta investigación son los siguientes: cultura, niveles culturales, periodismo cultural y periodista cultural. Estos conceptos nos permiten hacer una lectura asequible sobre cómo se trabaja la noticia, desde qué ángulos y sobre qué objetivos de comunicación.

El Campo y el *Habitus*. Bourdieu considera el campo, por definición, como una arena de batalla, este campo

es un tipo de mercado competitivo en el que se emplean y despliegan varios tipos de capital (económico, cultural, social, simbólico). Sin embargo, es el campo de poder (político) el más importante; la jerarquía de las relaciones dentro del campo de la política sirven para estructurar los demás campos (Ritzer, 2002: 495).

Bourdieu (2002) señala como indispensable para la existencia y funcionamiento de un campo la necesidad de que “haya algo en juego y gente dispuesta a jugar, que esté: dotada de los *habitus* que implican el conocimiento y reconocimiento de las leyes inmanentes al juego, de lo que está en juego, etcétera” (p. 120). A partir de lo anterior podríamos identificar varios campos dentro de la cadena de producción y consumo del periodismo cultural:

1. El campo del periodismo cultural, integrado por los reporteros y los editores quienes trabajan directamente con la noticia.
2. El campo de la cultura.
3. El campo de los intelectuales y artistas: los generadores de contenidos simbólicos.
4. El campo de poder:
 - Los dueños del capital (de los medios impresos).
 - Los anunciantes (su interés se centra en la producción y el mercado).
 - El Estado (quién dicta las políticas tanto culturales como comerciales).
5. El campo de la audiencia (el público que consume; el receptor de la información).

En estas divisiones se reconocen las pugnas que Bourdieu señala como propias de los campos, su necesidad de preservar un capital común y las luchas por la apropiación. Cada campo tiene sus intereses comunes, un lenguaje y una complicidad objetiva. Es así como se puede identificar uno de los problemas posibles de la crisis del periodismo cultural en estos momentos; es decir, la lucha (no dicha) entre estos campos en el que cada pieza de este sistema de producción y consumo del periódico tiene seguramente visiones diversas desde dónde consumir o cómo producir o apoyar la generación de contenidos. Es posible que el punto de conflicto se encuentre precisamente en el significado que “cultura” tenga para cada uno de ellos. Cada uno mira desde su propia perspectiva, desde su muy particular interés, de aquello que satisfaga sus necesidades, desde sus propios procesos simbólicos, pero permeados por los procesos sociales (entre ellos el educativo).

Néstor García Canclini (1990) retoma a Bourdieu y añade que sólo acceden al capital artístico quienes cuentan con los medios económicos y simbólicos para hacerlos suyos, pero es necesario contar con los códigos, el entrenamiento intelectual y sensible para descifrarlos. De esta manera, quienes tienen el capital económico para adquirir cultura, la utilizan para marcar una diferenciación social, buscan que su reconocimiento de clase no quede solamente en lo económico sino que pase a lo simbólico. Además agrega que:

si bien la obra de Bourdieu es una sociología de la cultura, sus problemas básicos no son “culturales”. Cuando estudia estos problemas está tratando de explicar otros, aque-

llos desde los cuales la cultura se vuelve fundamental para entender las relaciones y las diferencias sociales (p. 3).

Para trabajar con el concepto de campo es necesario recurrir a otro concepto clásico de Bourdieu, el de *habitus*, descrito como el proceso por el que lo social se interioriza en los individuos y logra que las estructuras objetivas concuerden con las subjetivas, en otras palabras, es un sistema de hábitos, constituidos en su mayoría desde la infancia.

El *habitus*, generado por las estructuras objetivas, genera a su vez las prácticas individuales, da a la conducta esquemas básicos de percepción, pensamiento y acción. El *habitus* “programa” el consumo de los individuos y las clases, aquello que van a “sentir” como necesario (García Canclini, 1990: 13).

Según Ritzer (2002) para Bourdieu el *habitus* comprende “‘estructuras mentales o cognitivas’ mediante las cuales las personas manejan el mundo social”; éste “se adquiere como resultado de la ocupación duradera de una posición dentro del mundo social” (p. 491). El *habitus* es un fenómeno colectivo que permite a las personas dar sentido al mundo social y que es adquirido en el transcurso de la historia individual. Esta descripción del *habitus* nos indica que hay patrones totalmente arraigados en el individuo casi imposibles de modificar; por lo tanto, independientemente de la libertad que tienen los medios para comunicar sus productos permanecen impactados por la sociedad en la que se crearon –puede ser de manera indirecta–, pero el *habitus* está presente en cada uno de los campos de la acción humana. Para Bourdieu (2002) “el principio de las estrategias filosóficas (o literarias, etcétera) no es el cálculo cínico, la búsqueda consciente de la maximización de la ganancia específica, sino una relación inconsciente entre un *habitus* y un campo” (p. 125). El quién soy yo y dónde me muevo, qué construyo entre lo que dicta mi ser y las posibilidades de juego que me permite mi campo, están ahí depositadas las aspiraciones, los retos. Por ello el autor se refiere a que no es sólo un “cálculo cínico” sino que estas inquietudes permanecen depositadas en un inconsciente desde el cual se actúa, se procede.

Eduardo Andión Gamboa (2009) como resultado de su investigación considera pertinente el *habitus* “para la construcción de la ‘identidad’ del periodista y de sus reconocimientos mutuos, así como para la descripción y entendimiento de las prácticas y valoraciones de los periodistas culturales” (p. 39), con esto muestra como el dispositivo categorial de Bourdieu “de *habitus* y *campo* social, con ciertas acotaciones, puede servir para cartografiar el fenómeno del periodismo cultural dentro de las mutaciones de la sociedad actual” (p. 194).

Enseguida se retoman las teorías de alcance medio que permitirán ampliar la perspectiva en cuanto a las dinámicas de trabajo que se siguen en las salas de redacción de la prensa y posteriormente contribuir al análisis sobre las elecciones de contenido.

Newsmaking. La sociología de la producción de noticias es un área de estudio que permite conocer cómo los medios de comunicación contribuyen a la creación social de la realidad, esto se analiza desde una perspectiva sociológica, desde los llamados estudios del *newsmaking*, los cuales centran su atención en los factores que intervienen en la producción del mensaje. De acuerdo con Shudson (citado en Hernández, 1997), se distinguen tres enfoques en los trabajos sobre la sociología de la producción de noticias: a) el enfoque sobre economía política, que pone atención sobre la estructura económica de la organización informativa; b) el de la organización social del trabajo informativo, sobre la estructura burocrática, y c) el enfoque culturoológico, respecto a los sistemas simbólicos y los valores noticiosos. La autora toma a Shudson como referencia para explicar que uno de los enfoques de la sociología de la producción de noticias, el de la organización social del trabajo informativo, se interesa en “cómo la labor de los periodistas se ve limitado por rutinas organizacionales y ocupacionales” (p. 219). Tal estructura burocrática es la que proporciona la información, puesto que la materia prima viene de las dependencias oficiales. Este enfoque destaca la relación entre los reporteros y los funcionarios y uno de sus puntos débiles es la poca atención que pone entre la relación entre el reportero y el editor. Señala también, que para analizar las noticias como un producto social es necesario observar los métodos y rutinas que siguen los periodistas en la recolección y procesamiento de la información. Los “valores noticiosos” se manifiestan en los criterios de selección, a qué se le da más importancia y por qué. Con esto se busca conocer cómo los reporteros asimilan las políticas internas de la organización y cómo los actores sociales acceden a los medios (Hernández, 1997). Por otra, parte Golding y Elliott (citados en Wolf, 1999), explican que los valores/noticias son criterios usados en el procesos de producción para seleccionar el material que se convertirá en noticia y para plantear las líneas-guía para la presentación del producto final. Son reglas prácticas, y se pueden mencionar entre ellas: la importancia, la proximidad, la competencia, la disponibilidad del material, la novedad, la brevedad, la frecuencia, el formato. El tema de las rutinas productivas es importante debido a la escasez del tiempo y de los recursos económicos, por ello se estudian las tres fases de la producción informativa cotidiana: la recogida, la selección y la presentación.

Gatekeeper. Teoría centrada en los mecanismos de selección, identifica las tendencias más amplias en las noticias y las elige (Soroka, 2012). Los *guadabarreras*, *porteros* o *gatekeepers*, son los encargados de la salida de los mensajes del diario, su trabajo consisten en seleccionar ciertas noticias y rechazar otras, en pocas palabras, determinar los contenidos que serán transmitidos a las audiencias (Lozano, 1997). Shoemaker (1996) describe el *gatekeeping* como un proceso por el cual un amplio número de mensajes son reducidos a unos cuantos y presentados diariamente a las audiencias (en las noticias de radio, televisión o prensa). Las decisiones de selección o rechazo están relacionadas con la falta de espacio, con la evaluación

en el contenido de las notas o con la condición de la información, sobre si ésta ya había sido publicada o no. También Reese y Ballinger (2001) mencionan que las decisiones de los individuos, “algunos en virtud de su ubicación estratégica en las ‘puertas’ tienen el poder de afectar el flujo de información” (p. 647). El análisis de los emisores va más allá de una simple revisión de los que hacen los medios, es un trabajo mucho más complejo pues

se requiere estudiar los diversos condicionantes que inciden en la producción misma de los mensajes, desde aquellos de orden individual (clase social, educación, actitudes, políticas, valores profesionales), hasta los relacionados con las rutinas de trabajo, políticas organizacionales, intereses económicos y políticos del medio e incluso los ideológicos procedentes del sistema social global (Lozano, 1997: 124).

Es por ello la pertinencia de retomar a Bourdieu cuando habla precisamente de esto en sus conceptos de *habitus* y campo, pues los mensajes siempre están condicionados por ello.

Los procesos del *gatekeeping* se han estudiado a través de diversas herramientas, ya sea por medio de entrevistas o encuestas a los periodistas y editores y/o por medio de análisis de contenido (Soroka, 2012). En la presente investigación se hace una aproximación al trabajo de los editores a través de ambas herramientas.

Cultura. A lo largo de la historia el término cultura se ha aplicado casi exclusivamente a las artes. Por ejemplo, en los años cincuenta Clyde Kluckhohn y Alfred Kroeber habían recopilado más 160 definiciones distintas de cultura, y en los sesenta, Georges Blandier contó hasta 250. Esto da una idea de la complejidad de un término que admite interpretaciones sociales, económicas, psicológicas, antropológicas, semióticas, religiosas, etcétera, teniendo en cuenta, además, que al ser un término que evoluciona con el periodo histórico en el que se desarrolla, sus contenidos son también cambiantes (Rodríguez Pastoriza, 2006: 11). Esta investigación estudia la cultura desde un registro estético como antropológico, puesto que las secciones de cultura han ampliado su alcance. Francisco Rodríguez Pastoriza (2006) menciona que el concepto de cultura se va haciendo más difícil a medida que lo relacionamos con sociedades más complejas, por lo que no es conveniente analizarlo en forma aislada, y sí aplicarlo a un momento histórico preciso. La influencia que la estrategia de estos nuevos protagonistas de la cultura tenga sobre los medios de comunicación va a condicionar fuertemente el concepto mismo de cultura en el sistema social en el que se desenvuelvan.

Periodismo cultural. El llamado “periodismo cultural” se ajustó a lo largo de su desarrollo histórico a dos concepciones básicas de la cultura: la concepción ilustrada y las perspectivas de la antropología. El tipo de periodismo cultural ejercido por un medio está estrechamente relacionado con su visión sobre la cultura, cómo la

definen y qué entienden por ella. Este punto es central en la presente investigación. Jorge Rivera (2003) define el periodismo cultural

por sus orígenes, objetivos y procedimientos [...] se ha consagrado históricamente con el nombre de “periodismo cultural” a una zona muy compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios los terrenos de las “bellas artes”, las “bellas letras”, las corrientes del pensamiento, la Ciencias Sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental (p. 19).

Para Rivera (2003) el periodismo cultural es un campo demasiado extenso y diverso que aborda una amplia variedad de temas relacionados con el arte y cada una de estas áreas requiere especialización. Por otra parte Rodríguez Pastoriza (2006) señala que existe una diferencia entre los diversos medios al momento de elegir que integrar como noticia en las secciones de cultura. Que no existe duda cuando se trata de alta cultura (artes plásticas, literatura, música, etcétera), pero el conflicto entra al momento de presentar información relacionada con el arte popular, la artesanía, el folclore, la ciencia o la información relacionada con los medios de comunicación y otras, como la relacionadas al diseño, la moda o la gastronomía, las cuales dice, es común que se incluyan en otras áreas informativas, distintas a la cultura, como puede ser una sección de sociales o de espectáculos.

Rivera (2003) agrupa en dos vertientes la forma que hasta el momento se ha trabajado dentro del periodismo cultural: a) la alta cultura –abordaje temático y formal de temas humanísticos o artísticos y perfil de cultura minoritario y especializado– y b) la cultura popular –más relacionado con la prensa cultural de divulgación, un campo más acotado y específico, centrado en la difusión del patrimonio cultural–. Entonces, tenemos que el periodismo cultural canaliza la información generada por las comunidades artísticas, le da un tratamiento homogéneo y la difunde entre los consumidores habituales de otro tipo de noticia, la acerca a lectores diversos a través de la publicación en el diario (Rodríguez Pastoriza, 2006). Lo anterior muestra que el tipo de periodismo cultural ejercido por un medio está estrechamente relacionado con su visión sobre la cultura, cómo la definen y que entienden por ella; la diversidad de temas responde a cuestiones económicas, a las características del proyecto editorial. Es necesario tener presente que la prensa nació en el contexto de una élite, construida desde los lectores y para los lectores. Inició cargada de contenido, de libre pensamiento, de reflexión, y poco a poco se transformó en lo que es hoy en día, un gran negocio (que está en crisis, pero que sobrevive).

Periodista cultural. Históricamente los periodistas culturales han sido intelectuales o artistas, personas que han llegado a las filas del periodismo por sus facetas creativas, académicas o autodidactas relacionadas con sus intereses culturales. Ejercer

profesionalmente dentro del campo cultural requiere de diversos atributos: posesión de conocimientos globales y particulares de la cultura, creatividad, capacidad para sistematizar y sintetizar procesos complejos, dominio del idioma y de los géneros literarios, pero sobre todo

la vocación y el interés profundo por las problemáticas culturales, acompañados por un conocimiento definido o por lo menos razonable de alguna de las disciplinas de las bellas artes, las bellas letras o las ciencias humanas [...] [y ante todo], en primer término, [ser] un buen lector (Rivera, 2003: 113).

En esta investigación nos centramos específicamente en la figura del editor, quien se convierte en el responsable de la sección de cultura, un especialista en la materia, en quien descansan las decisiones de la publicación, de los contenidos. Es la figura líder del equipo, para realizar su trabajo cuenta con reporteros y redactores, y es quien tiene a su cargo esta área, como sucede en las otras secciones del diario: “Internacionales”, “Deportes”, “Política”, “Espectáculos” etcétera. Ellos como periodistas culturales, puntualiza Rodríguez Pastoriza (2006), son los profesionales encargados de:

Transmitir al lector, al oyente, al espectador, una postura crítica que vaya más allá de las meras definiciones; ha de introducir en sus mensajes los problemas de la sociedad y de la época en la que vive, saber interpretar la potencialidad crítica de los creadores y llevarla a sus receptores con todas sus consecuencias, apelando a su formación y manteniendo siempre su responsabilidad; considerar la cultura como la producción de fenómenos que contribuyen a transformar el sistema social (p. 16).

Las teorías brevemente descritas permiten adentrarse y reflexionar sobre los motivos, las dinámicas de trabajo y los intereses en juego que conducen al poco espacio que se asigna a la cultura. Existe una estrecha relación entre lo que sucede tanto fuera como dentro de las redacciones de los periódicos. Los teóricos de la comunicación argumentan que los medios no reflejan, sino que construyen la realidad, ya que son ellos quienes elaboran la noticia, puesto que deciden qué se publica y qué no, a qué se le dará visibilidad y a qué no. Entonces, siguiendo esta idea no podemos dejar de tener presente que éstos a su vez pertenecen a una sociedad y por lo tanto sus productos también serán impactados por ella. Enseguida se presentan las elecciones metodológicas para desarrollar esta investigación.

Método

La observación etnográfica, las fuentes hemerográficas y las entrevistas a los editores permitieron conocer tanto el tipo de notas culturales como los criterios de edición sobre lo que se publica en la sección de cultura, al igual que sus características, y así tratar de dar respuesta a las preguntas enunciadas.

Esta investigación trabaja con dos elementos elegidos a través de una muestra no aleatoria (no se pretende generalizar): a) los periódicos y b) los informantes: dos editores, dos ex editores de la sección “Cultura”, y los dos directores editoriales de cada diario. Los diarios seleccionados fueron *Milenio*⁶ y *El Informador*,⁷ dos de los periódicos de mayor circulación en la ciudad. Se elige *El Informador* por ser un periódico de capital local y *Milenio* por ser un periódico que trabaja localmente pero que pertenece a una cadena nacional. Esta investigación analizó las secciones de cultura que aparecen todos los días; no se tomaron en cuenta ni los suplementos, ni las revistas culturales de los viernes y domingos. En una muestra dirigida, se seleccionó el año 2013 por ser el año en que se realiza la investigación y porque interesa conocer el comportamiento de las secciones de cultura en la actualidad. Es importante mencionar que durante 2013 la sección “Cultura” de *Milenio* permaneció con el mismo diseño y espacio, mientras que *El Informador* vivió un periodo de cambio al decidir fusionar sus dos secciones “Artes” y “Espectáculos” en una sola denominada “Revista”.

El análisis se dividió en tres partes a partir de las herramientas utilizadas: a) el análisis de contenido para dar cuenta de lo que presentan los periódicos con respecto a las disciplinas artísticas; b) las entrevistas⁸ para detallar y complementar la información obtenida a través del análisis de contenido, y c) la observación

⁶ El diario *Milenio Jalisco* pertenece al Grupo Editorial Milenio, forma parte de un Multimedia llamado Estrellas de Oro. Nace en 1930 como estación de radio, posteriormente inicia un canal de televisión en 1968 y para los años setenta incursiona en la prensa. En términos de expansión mediática se sitúa en tercer lugar nacional, justo después de Televisa y de TV Azteca. El modelo de trabajo de este periódico apuesta por nutrirse de información generada en todo el país. En la ciudad de Guadalajara primero fue *Siglo 21*, posteriormente *Público* y desde el 6 de junio de 2011 lleva por nombre *Milenio*. El cambio de nombre de *Público* a *Milenio Jalisco*, representó un momento de crisis tanto para la comunidad periodística como académica de la ciudad. *Milenio* tiene un tiraje de 42 800, su formato es tabloide, la frecuencia de publicación es diaria y cada ejemplar tiene un costo de 8 pesos (Hernández Ramírez, 2010; Ramírez Flores, 2011; IFE, 2013).

⁷ El diario *El Informador* se funda el 5 de octubre del año 1917 por don Jesús Álvarez del Castillo, se ha caracterizado por ser un periódico “conservador”, más por cuestiones políticas y periodísticas que religiosas. *El Informador* es un impreso estrictamente local, que se ha convertido a través del tiempo en el más vendido en Guadalajara. En 2010, con la llegada de Diego Petersen comienza una nueva época, se renuevan los contenidos del diario de todas sus temáticas, desde lo local hasta lo internacional. *El Informador* tienen un tiraje de 55 858, su formato es estándar, la frecuencia de publicación es diaria y cada ejemplar tiene un costo de 5 pesos (Sánchez Ruiz, 1993; Ramírez Flores, 2011; IFE, 2013).

⁸ Es importante resaltar que en la parte “Anexos”, en la tesis, se incluyen las entrevistas completas con los periodistas de los diarios de esta investigación, así como textos producidos por otros actores del periodismo cultural, dicho material es valioso y puede convertirse en detonante para futuros trabajos.

etnográfica para identificar las luchas que se dan en el campo periodístico entre los editores que integran las diversas secciones de los diarios.

Análisis de contenido. En esta investigación no se analiza a profundidad la sección de espectáculos a pesar de que cierta información relacionada con cultura brinca a esa sección. El interés se centra en lo publicado en las páginas diarias de la sección de cultura y artes; sin embargo, sí se contabilizaron sus páginas con el fin de hacer una comparación entre el espacio destinado a cultura y el espacio dedicado a los espectáculos. El análisis manifestó la importancia que tiene la cultura para cada periódico, a través de la observación de sus contenidos. De esta forma, a través del análisis de contenido se pretende realizar una aproximación al trabajo que realizan los editores culturales, pues como lo señala Piñuel (2002) “los textos remiten a un universo de prácticas sociales y cognitivas” (p. 3), donde cada material publicado manifiesta y resalta ciertos contenidos, lo cual nos lleva a inferir los intereses comunicacionales de quienes ejercen el periodismo cultural.

Es así como, siguiendo las sugerencias de Krippendorff (1997) “cualquier análisis de contenido debe realizarse en relación con el *contexto* de los datos, y justificarse en función de éste” (p. 32), de tal forma se consideró este trabajo como un ejercicio integral para así hacer una lectura global de la labor del periodismo cultural que se produce en la ciudad.

Para la construcción de la base de datos se contabilizaron y ficharon un total de 315 notas entre los diarios *Milenio* y *El Informador* que abarcan de enero a diciembre de 2013 bajo el esquema de la semana compuesta.⁹ Además se realizó un conteo de las páginas asignadas a cada una de las secciones que integran el diario: local, nacional, internacional, tema del día, economía, columnas de opinión, cultura, espectáculos, deportes, entre otros, con el objetivo de dimensionar el espacio destinado a la cultura respecto a los otros campos de especialización; esto como una forma de aproximarse al contexto, en términos de espacio, en el que se desarrollan los temas culturales. Se contaron 297 páginas para el diario *El Informador* y 295 para el diario *Milenio*. De la sección “Cultura” del diario *Milenio* se registraron 124 fichas, integradas por: artículos, colaboraciones, carteleras, cartones y anuncios publicitarios. De estas 124 fichas 82 corresponden a notas relacionadas con las disciplinas artísticas. También se revisó la sección “Espectáculos” para hacer una comparativa entre el número de páginas de cada sección, así como un conteo general sobre la cantidad de artículos, colaboraciones, carteleras y anuncios publicitarios.

⁹ Para la selección de los diarios se siguió la técnica de la semana compuesta. Este proceso de análisis consiste en tomar el lunes de la semana uno, el martes de la semana dos, el miércoles de la semana tres y así sucesivamente hasta completar el ciclo anual (Danielson, 1984: 135-136). Esta técnica permite obtener una muestra, al azar, para conocer lo que se ha trabajado durante un año en las secciones de cultura.

En el diario *El Informador* se contabilizó la sección “Artes” y posteriormente la sección “Revista” con un registro total de 191 fichas, integradas por: artículos, colaboraciones, carteleras, tiras cómicas y anuncios publicitarios. De estas 191 fichas 63 corresponden a notas relacionadas con las disciplinas artísticas. También se revisó la sección “Espectáculos” para hacer una comparativa entre el número de páginas de cada sección, así como un conteo general sobre la cantidad de artículos, colaboraciones, carteleras y anuncios publicitarios.

Jurado Martín (2008) señala que

[e]n relación a los temas, el área cultural es una de las que desarrolla temas más variados que el resto [del periódico] (cine, teatro, literatura, danza, ópera). Además, es probable el espacio donde mejor quedan patentes de manera secundaria las costumbres, las tradiciones y las tendencias de una sociedad y de cómo jerarquiza sus preferencias desde el punto de vista cultural (p. 69).

Fue fundamental tener presente esta diversidad y amplitud de contenidos, ya que por la misma complejidad del concepto cultura fue necesario vigilar con atención qué es de lo qué se habla y de qué no en este apartado. Esto también es determinante para las exigencias, en cuanto al grado de preparación que deben tener los reporteros para cubrir las actividades, ya que se requiere de un bagaje cultural más amplio para desempeñar su labor por la diversidad de temas con las cuales interactúan.

Entrevistas. Se entrevistó a los editores y ex editores de ambos periódicos (cuyos cargos abarcan o abarcaron 2013) porque además de ser los responsables de la elección de los contenidos, son los ejecutores de la política editorial. También a los directores editoriales de cada diario, quienes puntualizan sobre cuál es la visión del medio referente a la cultura y los espacios asignados. Los informantes de este estudio son: dos editores, dos ex editores de la sección “Cultura”, y los dos directores editoriales de cada diario. Por parte de *Milenio*: Jaime Barrera (director editorial), Alfonso Gutiérrez (editor en turno) y Aurora Martín (ex editora). En el caso de *El Informador*: Diego Petersen (director editorial), Ana Rodríguez (editora en turno) y Eduardo Castañeda (ex editor). Se diseñaron dos tipos de entrevistas¹⁰ para los informantes: a) una fue para los editores y ex editores que tuvieron a su cargo la página cultural durante 2013 y b) otra para los directores editoriales quienes brindaron una visión más general por ser los portadores de la voz del medio.

Los puntos abordados en la entrevista se relacionan con las dinámicas laborales, la asignación de espacios a la cultura, la crisis del periodismo cultural, entre otros temas. Estas entrevistas contribuyen a complementar los resultados obteni-

¹⁰ También se solicitó, como material complementario, un texto a varios periodistas culturales para indagar sobre la historia del periodismo cultural en la ciudad de Guadalajara.

dos a través del análisis de contenido. Las entrevistas abordaron los mismos puntos para todos los participantes; sin embargo, hubo algunas variantes para adecuarlas al cargo que cada uno de estos comunicadores desempeña o desempeñó, además tuvieron la característica de ser entrevistas semiestructuradas, las cuales tienen sus bases metodológicas en la investigación cualitativa y se utiliza como herramienta para obtener datos a profundidad (Flick, 2004; Rivas, 1996). Elegir la entrevista semiestructurada como herramienta metodológica permitió generar una serie de reflexiones y preguntas para posteriores investigaciones. El diálogo con cada uno de ellos se convirtió en la oportunidad para extender el panorama de la información y así lograr un análisis más completo. Es este ejercicio de aproximación y comprensión del trabajo de los periodistas culturales lo que enriquece el panorama sobre la importancia y el alcance de su profesión.

La observación etnográfica. Se realizó con el objetivo de conocer el contexto, lo que permitió enriquecer la interpretación de la información obtenida a través del análisis de contenido, consiguiendo con ello acceder a marcos de referencia mayores que permitieron visibilizar el conjunto de normas que regulan las prácticas. Durante la observación etnográfica se registró y llevó puntualmente un diario de campo, con él se reconstruyó lo presenciado en las salas de redacción de los periódicos. La observación etnográfica se dividió en 20 sesiones: 10 dedicadas a *Milenio* y 10 a *El Informador*, con una duración de dos horas promedio por jornada de observación. Las fechas de asistencia fueron las siguientes: a) *Milenio* los días 3, 6, 10, 11, 12, 13, 19 y 25 de marzo;¹¹ b) *El Informador* los días 20 y 21 de noviembre y 25, 26, 27, 28 de febrero y 20 de marzo.¹² Presenciar el trabajo de los editores en las redacciones contribuyó a la comprensión integral del manejo de la información, de las prioridades, de las necesidades y demandas laborales.

Se hizo uso de la observación etnográfica con el objetivo de conocer las dinámicas de trabajo que suceden en el campo, en este caso en las salas de redacción de los diarios. Rosana Guber (2004b) señala que

el trabajo de campo antropológico se fue definiendo como la presencia directa, generalmente individual y prolongada, del investigador en el lugar donde se encuentran los actores/miembros de la comunidad sociocultural que desea estudiar. Es en el contexto de situaciones sociales diversas que el investigador extrae la información que analiza durante y después de su estadía (p. 83).

A los procesos de observación suelen dedicárseles periodos extensos; sin embargo, en la actualidad debido a la escasez de recursos y a los tiempos de la vida académica los lapsos de observación se han visto reducidos (Guber, 2004). Pese al

¹¹ Los días 6 y 19 de marzo de 2014 fueron jornadas dobles, turno matutino y vespertino.

¹² Los días 20, 21 de noviembre de 2013 y el 25 febrero de 2014 también fueron jornadas dobles.

breve tiempo de observación este acercamiento fue enriquecedor para conocer las dinámicas de generación de información.

Análisis

La observación etnográfica, el análisis de contenido y las entrevistas en su conjunto permitieron dar respuestas a las preguntas de investigación.

Con respecto al *abordaje* del tema de cultura, podemos observar que la situación en los dos diarios es similar. En las entrevistas realizadas se constató la amplitud y complejidad del concepto: los directores generales, los editores y los ex editores coinciden en que las secciones de cultura dejaron de dar cuenta exclusiva de las bellas artes (disciplinas artísticas) y su objetivo se ha centrado en poner distancia con lo que consideran “Alta cultura” para así atraer otro tipo de lectores, y dar espacio a nuevas manifestaciones de la vida cotidiana (arte urbano, performances, apropiación de espacios públicos), alejadas de la creación artística formal (danza, teatro, música, literatura, etcétera). Esta transformación ha sucedido a lo largo de los últimos años con el cambio de paradigma en el terreno conceptual, de esta forma los espacios dedicados a la difusión de la cultura han tenido como objetivo abrir sus páginas a otros lectores y no sólo atender a un grupo de “élite” cultural; con esto se ha pretendido transmitir el mensaje de que la cultura es para todos y así atraer más lectores. Anteriormente, con el reducido espectro de lo que entraba en el concepto cultura, muchos temas quedaban fuera, los cuales actualmente los editores consideran valiosos para construir el mapa de nuestra sociedad actual. Sin embargo, los editores reconocen que sí es necesario continuar haciendo una distinción y delimitación respecto a lo que entra y no en la sección, pues se corre el riesgo de borrar las fronteras entre cultura y espectáculos, hasta volverlos una gran masa que hace difícil separarlos. El riesgo que se observa sobre manejar un término demasiado amplio de cultura es que podría conducir a una reducción del espacio dedicado a las disciplinas artísticas para cederlo a otros temas como la vida cotidiana o las costumbres, sin duda valiosos para conocer de manera global nuestra sociedad, pero sí en detrimento de los espacios destinados a las disciplinas artísticas.

Sobre el espacio. A pesar de que los diarios buscan un equilibrio en cada una de sus secciones respecto a las otras, los editores, ex editores, y directores editoriales manifiestan que las secciones de cultura permanecen castigadas, pues independientemente de que las actividades culturales en la sociedad se han incrementado, las secciones de cultura o van a la baja o se mantienen con poco espacio, además de estar ubicadas en las últimas páginas de los diarios (A. Gutiérrez, comunicación personal, 25 de marzo de 2014; A. Martín, comunicación personal, 5 de mayo de 2014). El equipo de ambos diarios manifiesta el interés y la sensibilidad de los dueños y directivos de los periódicos respecto al tema de cultura; sin embargo, las secciones no crecen, y el número de reporteros asignados para las coberturas es mínimo. Con el fin de cubrir las necesidades informativas de distintos públicos,

los diarios buscan mantener un equilibrio; se hace mención de que cada una de las secciones del diario es fundamental y que ninguna es más importante que otra (J. Barrera, comunicación personal, 15 de mayo de 2014); sin embargo, podemos ver en términos espaciales, por parte de ambos diarios, que esto se comporta de manera distinta. Los resultados presentados manifiestan que se destina mayor espacio a los deportes, con 21.35% para *Milenio* y 13.13% para *El Informador*; seguidos en *Milenio* por los temas locales con 12.2%, los espectáculos con 9.15% y las columnas de opinión con 8.8%. Para el caso de *El Informador* los temas con mayor presencia son: espectáculos 9.76%; los temas locales y nacionales, ambos con 7.74%, y enseguida cultura y economía con 4.71%. De las 12 categorías presentadas en el diario *Milenio*, la cultura se ubica en el lugar número 7, más abajo de esta posición se encuentran los temas de economía, el tema del día y la sección internacional. Por su parte, en el diario *El Informador* el tema de cultura también se encuentra en la posición número 7 (al igual que el tema de economía), le siguen la sección internacional, el tema del día y las columnas de opinión. Tenemos entonces, que la cultura ocupa 5.89% en *Milenio* y 5.09% en *El Informador* respecto al total de páginas del diario.

Los periódicos, al ser principalmente un negocio, tienden a priorizar sus espacios en función de lo que vende, en este caso los deportes, la política y los espectáculos son prioridad. Frente a la crisis de los diarios, se da un fenómeno común que consiste en recortar el presupuesto para las secciones de cultura y de artes: contratando reporteros con bajos salarios, despidiendo a otros y dejando a las secciones con un solo reportero. Esta lógica responde a que, si no hay una apuesta real por el arte por parte del diario, entonces no existe inconveniente en limitar y reducir esta sección, ya que no es prioritaria para la empresa de comunicación (D. Petersen, comunicación personal, 14 de mayo de 2014). En el tema de la distribución de los espacios podemos observar la lucha de campos que manifiesta Bourdieu (2002), la “arena de batalla” en donde se ponen en juego los intereses económicos, culturales, sociales y simbólicos; una competencia que pone en movimiento a los actores de diversos campos para competir. Cada campo tiene sus intereses comunes, un lenguaje y una complicidad objetiva; sin embargo, podríamos percibir cómo, en este caso, el campo cultural va perdiendo territorio frente a las decisiones que el diario toma respecto a los nuevos acomodos de contenido. Aquí podemos identificar uno de los problemas de la crisis del periodismo cultural, la lucha (no dicha) entre estos campos: el de los productores de la noticia y los directores del medio.¹³

El Informador recientemente tomó la decisión de fusionar en una sola sección “Revista” los temas de cultura, espectáculos y vida cotidiana, con el objetivo de ampliar su público y unir esfuerzos en la generación de contenidos. Sin embargo, esta fusión no trajo beneficios a las publicaciones sobre arte, porque la diferencia de espacio asignado a las disciplinas artísticas respecto a los espectáculos se man-

¹³ Esto con referente a la tendencia en la fusión de contenidos.

tuvo. En el caso *Milenio*, mantener separadas las secciones de cultura y espectáculos responde al interés de respetar a la comunidad artística y cultural, y en general a los lectores, independientemente de lo que implica en términos económicos, pues la tendencia en la fusión de contenidos en otros medios es común y responde a un esquema de optimización de los recursos materiales frente a la crisis que se vive al interior de la prensa (J. Barrera, comunicación personal, 15 de mayo de 2014). Pues se atribuye el breve espacio de las secciones de cultura a la poca venta de publicidad en sus páginas y esto tiene que ver con el lugar en el que se ubican las secciones, pues lo que buscan los anunciante muchas veces no son secciones específicas sino estar en las primeras páginas del diario (D. Petersen, comunicación personal, 14 de mayo de 2014). Ambos diarios señalan que la comercialización de las secciones es un factor determinante para asignar mayor espacio a cultura, y éste es un tema que aún está por resolverse.

Asignación de recursos humanos, sobre los reporteros. Antes de que fuera *Milenio*, cuando aún era *Público*, la sección de cultura del diario era muy importante, tenía más espacio y el equipo era mayor, actualmente el equipo de la sección “Cultura” se reduce a dos personas: el editor y un reportero. La sección “Cultura” también se nutre de los trabajos de los otros periódicos del Grupo Editorial Milenio y de la sección “Cultura” de la Ciudad de México. En el caso de *El Informador* no tiene fijo ningún reportero, pero sí un equipo de editores (en total son cuatro) y para mantener las secciones que la editora Ana Rodríguez coordina se necesitan ocho reporteros. *El Informador*, al trabajar con el esquema de “Torre de control” centralizan a todos los reporteros y los asignan dependiendo de las necesidades de cobertura del periódico, buscan romper con el dinámica de que cada sección tenga su propio equipo (reporteros fijos) y en su lugar haya reporteros (no especializados) que pueda cubrir las necesidades de información que les demande el diario y así economizar la plantilla de reporteros, en busca una capacitación integral y de la optimización de las horas laborales (A. Rodríguez, comunicación personal, 24 de marzo de 2014). A pesar de este novedoso esquema, la editora Ana Rodríguez reconoce que un mejor trabajo procede del interés, la formación y profesionalización de sus reporteros porque de esta forma tienden a dar un plus en los contenidos presentados.

La falta de especialización y los breves espacios asignados a la cultura son un problema global, una tendencia. Actualmente, los reporteros se enfrentan a la cobertura de todo tipo de notas, lo que provocará que nunca haya reporteros especializados en temas de arte (A. Martín, comunicación personal, 5 de mayo de 2014). Los diarios recurren a las agencias cuando la noticia se produce en otra parte del país o del mundo, y es a través de ellas que pueden acceder a información que no podrían de otra manera. En *Milenio* la cobertura con agencia fue de 4.91% mientras que 95.09% se cubrió con reporteros. En *El Informador* 67.94% se cubrió con reporteros, mientras 32.06% se cubrió con agencias. Con la información anterior podemos observar las dinámicas de cobertura dentro de las redacciones,

cuánto se produce con sus propios recursos humanos y cuánto con el recurso de las agencias. *Milenio* se apoya en el equipo de reporteros del grupo nacional, mientras que *El Informador*, aunque tiene un importante equipo, recurre más a las agencias como proveedores de contenidos. Los recursos humanos están condicionados por el espacio que se asigna a las secciones de cultural; las secciones de cultura están condicionadas por la venta de sus espacios. De esta manera tenemos que mientras no se comercialicen con mayor énfasis los espacios culturales las condiciones laborales no cambiarán.

Definitivamente, como lo comenta Eduardo Castañeda, ex editor de *El Informador*, es importante dejar testimonio de cómo se vivía en nuestra época, pero esto no sólo le corresponde a un espacio de cultura, sino a todo el diario (E. Castañeda, comunicación personal, 9 de abril de 2014). No podríamos decir si el concepto de cultura se expandirá aún más o se reducirá en el futuro, por lo pronto se considera pertinente que sigan las discusiones, los debates en torno al quehacer periodístico cultural y a lo que éste debería informar. La reflexión sobre los temas de cultura, y en especial sobre las artes tiene mucho camino por avanzar, aunque estas últimas tiendan a diluirse entre toda la oferta de entretenimiento que existe en el mundo, desde las formas más sencillas de pasar el tiempo hasta las más elaboradas, aquellas que posiblemente puedan llegar a imaginar y plantear nuevas formas de creación y de acceso al conocimiento. Se considera pertinente abrir más espacios para comunicar lo referente al Arte, independientemente del significado que se le atribuya. Los medios son el puente que une esos dos extremos, esas dos realidades: la obra del creador y el gozo del espectador. Los medios, sean radio, televisión o prensa, se convierten en camino, en tránsito de un punto a otro; corresponde a ellos hacer agradable y preciso el trayecto. Los medios son facilitadores de experiencias, por esto se necesita que sus conexiones, sus eslabones, sean lo más sólidos posible.

Conclusiones

Cada una de las hipótesis individuales se comprueba, lo que permite construir un panorama amplio para tomar como cierta la hipótesis general: La creación y difusión de contenidos culturales permanecen condicionadas por las estructuras económicas de las empresas mediáticas, las políticas editoriales, los esquemas de trabajo, y por el mismo concepto de “cultura”. Estos factores al ponerse en juego se traducen en la asignación de poco espacio para las secciones de cultura, lo que habla del escaso interés en las manifestaciones artísticas por parte de los medios. De esta forma las planas de cultura están lejos de ser consideradas espacios estratégicos de información.

Respecto al concepto de cultura que manejan los medios es extenso, esto se podría traducir en una disminución de la presencia de las disciplinas artísticas; sin embargo, aún son éstas las que más espacio ocupan, teniendo así que *Milenio* les destina 80.39%, mientras *El Informador* 67.74%. Con esto observamos que

independientemente del discurso actual de los medios, que toman el concepto de cultura ampliado, continúan privilegiando las “Bellas Artes o Alta Cultura”. Los diarios pretenden tomar distancia de la cultura erudita para llegar a un mayor público; sin embargo, siguen apostando fuertemente por la difusión literaria. De esta forma, se reconoce que el discurso de los editores y directores editoriales aún no es congruente con lo publicado en sus planas.

También es posible observar que el espacio destinado a la sección “Cultura” es menor a otras secciones como los deportes o los espectáculos. La lucha entre estos campos no es manifiesta, durante las juntas de redacción no existe una confrontación explícita, los espacios para cada sección están perfectamente delimitados y no es común que se peleé por mayor espacio; de hecho, las secciones tienen a crecer si existe incremento en la publicidad. Se considera que la lucha entre los campos está en otro lado, en la visión de los dueños, en los criterios editoriales de los directivos, en el ejercicio cotidiano de los editores y reporteros respecto a los contenidos, en la asignación de recursos humanos, en la posición que esta sección ocupa dentro del diario y en el espacio concedido.

En términos generales, los diarios locales analizados no manifestaron diferencias significativas respecto al abordaje, espacio y asignación de recursos humanos a las secciones de cultura. Llegan a presentar algunas variaciones en el tratamiento del tema cultural pero la tendencia de visualización y trabajo en ambos periódicos sigue siendo muy similar. Si bien la cultura abarca un universo amplio de la vida social, se considera conveniente que las secciones de un diario tengan claros sus límites, sus alcances, sus fronteras, para no perderse en el todo y que los resultados sea inconsistentes. Esto beneficiará también a los lectores, les permitirá tener claridad sobre lo que los diarios entienden por cultura. Para conocer el discurso que tienen las empresas mediáticas sobre la cultura y el arte basta observar lo publicado en sus planas, es ahí donde se constata el interés y atención a estos temas. Los medios informativos dan visibilidad y valor, a través de sus contenidos, a los productos creados por la comunidad artística y de esta forma los vinculan con la sociedad. Estas secciones se convierten en una “guía cultural”, en un elemento que permite enfocar la mirada, crear decisiones de consumos y generar una visión crítica en las audiencias. La elaboración de temas propios y el periodismo de investigación es algo que permanece latente, deseable por los editores; sin embargo, se trabaja con lo que se tiene en cuanto a recursos humanos como a los contenidos disponibles.

Los medios permanecen sujetos a un contexto social, si este contexto no se modifica y prioriza los temas relacionados al arte no habrá suficiente demanda para incrementar los contenidos. Para aumentar el consumo cultural es necesaria la construcción, en la sociedad, de la educación y formación de lo que Bourdieu denomina el “gusto”, un conjunto de medios económicos y simbólicos; esto es, contar con los códigos, el entrenamiento intelectual y la sensibilidad para descifrarlos y en un siguiente momento apropiarlos.

Se considera que existe cierto grado de estancamiento en las secciones de cultura, no sólo debido al poco espacio o a los escasos recursos. Se encuentran en un tipo de bache, por una parte no han podido mantener el nivel de épocas pasadas y por otro no se ha realizado una reingeniería de toda la sección para que se cumpla sus expectativas (no basta fusionar “Cultura” y “Espectáculos”). Esto es, no han apostado por desarrollar una nueva visión y dotarla de nuevos temas, continúan escudándose en el discurso de la cultural como el todo (cuando en realidad ese “todo” ni siquiera alcanza para hacerlas más extensas, más ricas o más plurales). Reestructurar las secciones de fondo permitiría generar una mejor comercialización y romper con los viejos patrones, para dar un paso al futuro. La tradición y la innovación deberán convivir para que nazcan nuevos discursos sobre cómo concebir la cultura. Resulta indispensable generar contenidos con alta calidad para subir el nivel de las audiencias, no bajarla y trivializarla, lo cual a la distancia no servirá a nadie, se convertirá en un simple circular de datos más no en ejercicios de pensamiento.

Existe una queja permanente entre los periodistas culturales sobre estas secciones, se habla de una época dorada pero poco se les consulta para construir el presente o futuro de la divulgación cultural. Los periodistas mencionan que una buena sección de cultura debería tener: entrevistas de calidad, crónicas, especialistas en todas las artes, poesía, reportajes, agenda de actividades, ensayo literario, crítica. Pues se busca en estos espacios para debatir ideas, compartir, generar discusión y opinión sobre literatura, estética, filosofía y muchos temas más. Y son estas secciones y los periodistas culturales una especie de faro en medio de enormes olas de información.

No deja de resultar inquietante que México, potencia cultural, apuesta por brindar becas a los creadores pero no por la divulgación de sus resultados. Entonces, ¿qué ocurre en todos los niveles (locales, nacionales e internacionales) respecto a la comunicación del arte y la cultura? Cuando hablamos de medios, no podemos dejar de reconocer que estamos hablando de un posicionamiento, a gran escala, en los imaginarios colectivos.

Estas son algunas conclusiones derivadas del trabajo de investigación referido, unas cuantas reflexiones finales de momento, más no definitivas; es necesario continuar la reflexión.

Consideraciones finales

Este proyecto arrojó muchas dudas, cuestionamientos y reflexiones, a la par que vislumbró múltiples líneas de investigación en temas que tocan al periodismo cultural y la cultura en general; por ejemplo, quedará pendiente: *a)* hacer un estudio complementario con otros diarios y otras épocas para contrastar los datos y conocer más sobre la evolución de la cobertura cultural; *b)* conocer a las audiencias, sus exigencias y su consumo de información cultural; *c)* trazar mapas culturales, tanto geográficos como sociológicos, sobre los lugares donde se desarrolla la cultura, y los lugares de vivienda de la gente que consume arte; *d)* elaborar una revisión

histórica del periodismo cultural en nuestra ciudad en las propias voces de los periodistas; e) conocer las necesidades y rutas de difusión de la propia comunidad cultural; f) indagar sobre si existen políticas públicas de divulgación cultural y su relación con los medios. Así, investigar se convierte en una suerte de dejar puertas y ventanas abiertas tras de sí para retornar en momentos de inquietud.

Bibliografía

- Álvarez, M. (2011, febrero/marzo). Periodismo cultural en crisis, no en decadencia. *Revista Mexicana de Comunicación* (125), 36-40.
- Amador Tello, J. (2014). Prólogo. En M. A. Flores, *Horas y deshoras*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Andión Gamboa, E. (2009). Los intermediarios: difusión y creación simbólica en el campo del periodismo cultural (1982-2002). Tesina de maestría no publicada. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapala, México.
- Bourdieu, P. (2002). *Campo de poder, campo intelectual: itinerario de un concepto* (Colección Jungla simbólica). Buenos Aires, Argentina: Editorial Montessoro.
- Danielson, W. A. (1984). El análisis de contenido y la investigación en comunicación. *Análisis de contenido* (pp. 130-156). México: Universidad Nacional Autónoma de México-Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-Coordinación de Extensión Universitaria.
- Flick, U. (2004). Datos verbales: entrevistas semiestructuradas. *Introducción a la investigación cualitativa* (pp. 89-109). España: Ediciones Morata.
- Flores, M. A. (2014). *Horas y deshoras*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- García Canclini, N. (1990). La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu. *Pierre Bourdieu, Sociología y cultura*. México: Grijalbo.
- Guber, R. (2004a). Algunas pistas epistemológicas del conocimiento antropológico (pp. 55-56). *El salvaje metropolitano: reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Guber, R. (2004b). El enfoque antropológico: señas particulares (pp. 67-83). *El salvaje metropolitano: reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Hernández Ramírez, M. E. (1997, mayo/agosto). La sociología de la producción de noticias. Hacia un nuevo campo de investigación en México. *Comunicación y Sociedad* (30), 209-242. México: Universidad de Guadalajara.
- Hernández Ramírez, E. (2010). Franquicias periodísticas y sinergias productivas en la prensa mexicana: en busca de nuevos modelos de financiamiento. *Estudios sobre periodismo. Marcos de interpretación para el contexto mexicano* (pp. 81-87). México: Universidad de Guadalajara.
- Instituto Federal Electoral-IFE. (2013). Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2013. Recuperado el 11 diciembre de 2017, de http://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/88484/JGEo220713ap6-1_1.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Jurado Martín, M. (2010). Géneros periodísticos y estilo temático de los periódicos mexicanos: *Reforma, El Universal y La Jornada*. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, XVI (32), 63-105. México: Universidad de Colima. Recuperado el 18 de agosto de 2014, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31615577004>
- Krippendorff, K. (1997). Fundamentos conceptuales. *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica* (pp. 28-44). España: Ediciones Paidós.

- Larrosa-Fuentes, J. S. (2012). Historia, estructura, producción y financiamiento de la prensa generalista de Guadalajara (1990-2010). Tesis de maestría no publicada. Universidad de Guadalajara, México.
- Lozano, J. C. (1997). La sociología de la producción de mensajes. En M. E. Ramírez (Comp.), *Sociología del periodismo: análisis sociológico de la producción de noticias* (Tomo I, pp. 123-145). México: Universidad de Guadalajara.
- Piñuel Raigada, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística*, 3 (1), 1-42.
- Ramírez Flores, F. (2011). Cambios en la prensa local: se reacomodan las piezas del periodismo. En J. Larrosa-Fuentes (Coord.), *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2011* (pp. 29-50). Guadalajara, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente-Departamento de Estudios Socioculturales-Observatorio de Medios.
- Reese, S. D. y Ballinger, J. (2001, invierno). The roots of a Sociology of news: Remembering Mr. Gates and social control in the newsroom. *J&MC Quarterly*, 78 (4), 641-658.
- Ritzer, G. (2002). Integración estructura. *Teoría sociológica moderna* (pp. 488-520). España: McGraw Hill.
- Rivas, M. (1996). La entrevista a profundidad: un abordaje en el campo de la sexualidad. En I. Szasz y S. Lerner (Comp.), *Para comprender la subjetividad. Investigación cualitativa en la salud reproductiva y sexualidad* (pp. 199-223). México: Colegio de México.
- Rivera, J. B. (2003). *El periodismo cultural*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Rodríguez Olvera, A. L. (2010, noviembre/enero). El bautizo de un periodista. *Revista Mexicana de Comunicación* (120), 31-33.
- Rodríguez Pastoriza, F. (2006). *Periodismo cultural*. Madrid, España: Síntesis.
- Sánchez Ruiz, E. (1993). Caracterización de la prensa diaria de Guadalajara. *Prensa y poder en Guadalajara* (pp. 13-50). México: Universidad de Guadalajara-Centro de Estudios de la Información y la Comunicación.
- Shoemaker, P. J. (1996). Media gatekeeping. En M. B. Salwen y D. W. Stacks (Eds.), *An integrated approach to communication theory and research* (pp. 79-91). Mahwah, Estados Unidos: University of Miami/Laurence Erlbaum Associates, Publishers.
- Soroka, S. N. (2012, abril). The gatekeeping function: Distributions of information in media and the real world. *The Journal of Politics*, 74 (2), 514-528. Canadá: McGill University.
- Wolf, M. (1999). De la sociología de los emisores al "Newsmaking". *La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas* (pp. 201-286). México: Instrumentos Paidós 2.

Encuadres periodísticos sobre la violencia vinculada al narcotráfico en Tijuana: casos de estudio *El Mexicano* y *Frontera* (2008-2011)

Milthon Minor Montes¹

Palabras clave: Encuadres, periodismo y violencia, Tijuana, cobertura informativa.

Key words: Framing, journalism and violence, Mexico.

Introducción

La violencia vinculada al narcotráfico es un fenómeno histórico que en la última década ha sobresalido ante la escalada de acontecimientos delincuenciales presentados en México como un fenómeno nacional, con características regionales precisas en su desarrollo entre el norte, centro y sur. Este artículo basa su análisis en Tijuana, Baja California, zona fronteriza ubicada en el noroeste del país. Lugar en el que las redes del tráfico de drogas ilegales han sido conocidas desde los años ochenta. Los medios de comunicación locales han dado testimonio amplio de los diversos acontecimientos generados alrededor de las actividades que estos grupos estructurados han realizado; no hay tijuanense que no haya leído o escuchado historias sobre el tema (Ovalle, 2006a). Sin embargo, a partir de 2006 la vida de más de 1 500 000 habitantes cambió al desbordarse una serie de acciones criminales nunca antes vistas en ese nivel –homicidios, secuestros, privaciones ilegales de la libertad–, que generaron altos índices de inseguridad ciudadana por su forma perversa de ejecución, sucesos expuestos en los impresos de manera sobresaliente en sus portadas principalmente al estilo de la nota roja (Minor, 2016).

Las noticias representan aspectos de la realidad que son seleccionados y luego transmitidos como conocimiento ya estructurado. Sucesos identificados por periodistas y editores, *encuadrados* y difundidos socialmente; es así que le permiten a los lectores *entender* lo que pasa a su alrededor. De aquí su relevancia por investigar *cómo* son estos mensajes periodísticos y qué realidad fue interpretada para ellos. Sobre todo cuando la labor del periodista “se espera”, debe servir para explicar fenómenos complejos que involucran diversos aspectos de orden social, político económico, cultural y de salud (Sierra, 2010).

¹ Egresado de la Maestría en Comunicación de la Universidad de Guadalajara; Premio Nacional de Tesis de Maestría, CONEICC 2016; profesor universitario y reportero de medios impresos y digitales en Mexicali, Baja California. Contacto: milthonminor@gmail.com

Este documento toma como base parte del trabajo de tesis de Maestría en Comunicación realizada por el autor, titulada: “Cobertura y tratamiento informativo de la violencia vinculada al narcotráfico en Tijuana: Estrategias de encuadre para su interpretación. El caso de estudio de los periódicos *El Mexicano* y *Frontera*”. El periodo de análisis es coyuntural, de septiembre de 2008 a julio de 2011; éste fue determinado de manera estratégica ante el alza y caída de homicidios registrados en esta época, y ante sus características cuantitativas y cualitativas: balaceras en lugares céntricos, la aparición de cuerpos mutilados y luego colgados de puentes ubicados en bulevares de la periferia de la ciudad; cuerpos deshechos en ácido tirados en tanques en las calles (como expresiones de horror con intenciones simbólicas expuestas en mensajes a través de cartulinas contra las bandas rivales; “toximensajes”, se leería en un diario local). Además que, como parte de la *lucha anticrimen o guerra contra el narcotráfico*, establecida por el ex presidente de la República, Felipe Calderón Hinojosa (2006-2012) al inicio de su administración en 2007, se activó el Operativo Conjunto Contra el Narcotráfico Tijuana. En él participaron elementos de las secretarías de la Defensa Nacional (SEDENA), Marina (SEMAR), Seguridad Pública Federal (SSPF) y la Procuraduría General de la República (PGR), para enfrentar al *crimen organizado* en esta localidad, lo que desató aún más la violencia (Sánchez, 2011). Estos dos elementos constituyen asuntos de amplio interés público, periodístico y social, que se conjugan para establecer un discurso y un contexto digno de estudio.

Se tomó como base de análisis los mensajes (las noticias, titulares, antetítulos, sumarios) de las portadas de los diarios *El Mexicano* y *Frontera*, periódicos generalistas, no enfocados en la nota roja y considerados como los de mayor representatividad local. El primero, fundado en 1959, pertenece a una empresa familiar de Tijuana con ligas directas al Partido Revolucionario Institucional (PRI), contaba con un tiraje de 29 190 ejemplares diarios en 2010; el segundo inició operaciones en 1999 y forma parte de una organización mediática de la región Noroeste de México, Grupo Healy, con periódicos en Mexicali, Baja California y en Sonora. La distribución de *Frontera* fue de 32 700 ejemplares en 2010.²

El desarrollo teórico seleccionado para realizar esta investigación fue el *framing* (encuadre); tomando como base su importancia en los estudios sobre el contenido de las noticias, a través de las cuales se establecen marcos de interpretación de diversos fenómenos o asuntos (Gamson y Modigliani, 1989), que dan sentido a un tema (Gitlin, 1980) y que establecen los términos de un debate (Tankard, Hendrickson, Silberman, Bliss y Ghanem, 1991). Se seleccionaron tipologías de encuadre deductivas, es decir, ya establecidas con anterioridad (López, 2010), para identificar su presencia/ausencia y sus características.

² Los datos son tomados del Padrón de Medios Impresos de la Secretaría de Gobernación en 2010, se aclara que estos son entregados por las mismas empresas con base en estudios que se realizaron bajo el interés de cada organización.

Contexto: narcotráfico, violencia y periodismo tijuaneño

Tijuana no es un caso único de violencia en México, pero su historia seguramente sí lo es. Fundada hace poco más de un siglo, en 1889, es punto de cruce fronterizo con San Diego, California, Estados Unidos, una de las economías más importantes del mundo. Ciudad llena de vigor económico gracias a su importante sector maquilador, industrial, turístico y comercial (Coubès y Silva, 2009); cuenta con significativas manifestaciones culturales, al poseer el Centro Cultural Tijuana (CECUT), espacio único en la zona noroeste; es considerada como una comunidad “cosmopolita y abierta” (Gomis, 2009). Cuenta con un importante flujo migratorio que la ha llevado a ser una de las ciudades con mayor crecimiento poblacional. Durante 2008, las garitas de Tijuana registraron el cruce legal de 43 764 104 personas, lo que muestra lo dinámico de esta frontera (CEESEM, 2009), pero también es un punto estratégico de trasiego y mercadeo de estupefacientes que han provocado negocios ilícitos y expresiones de violencia constante. Su ubicación facilitó desde comienzos del siglo XX que el narcotráfico se convirtiera en una actividad importante en la región binacional, según lo expresa Lilian Paola Ovalle (2006b):

Baja California [especialmente Tijuana] viene jugando desde comienzos del siglo un importante papel en el tráfico de drogas, obviamente debido a su estratégica ubicación, pero también por otros factores como su historia de inmigración de chinos que llegaban a este territorio con un conocimiento y una tradición en la elaboración y el consumo de opio, y el papel que jugó esta zona fronteriza en los tiempos de la ley seca en Estados Unidos como lugar para hacer lo que en el otro lado de la frontera se prohibía (p. 31).

La presencia de las redes del narcotráfico en la entidad se entiende bajo una histórica demanda del mercado estadounidense para el consumo de drogas. Su éxito se hace posible gracias a una red de complicidades y protección dada por parte de diversos actores políticos, gubernamentales y policíacos en México y Estados Unidos (Sánchez, 2011). De acuerdo con el periodista Jesús Blancornelas (2002) en su libro *El Cártel. Los Arellano Félix: la mafia más poderosa en la historia de América Latina*, el narcotráfico “brotó como cohete rumbo a la luna”, desde finales del sexenio del ex presidente José López Portillo (1976-1982) y al inicio del gobierno de Miguel De la Madrid Hurtado (1982-1988), cuando “los mafiosos sinaloenses encaminaron fácilmente la marihuana a Estados Unidos vía Tijuana” (p. 39).³ El fundador del semanario *Zeta* (en 1980), medio especializado en temas de corrupción y narcotráfico, explica que a través del Cártel de los Hermanos Arellano Félix, antes Cártel Tijuana, sería explotada la “plaza”, epicentro comercial del grupo por

³ Hasta los años setenta del siglo pasado los decomisos de droga por la frontera tijuaneña eran infrecuentes. Los narcos de la zona eran discretos, aunque ya desde entonces sobornaban a policías, jueces y políticos. Traficaban marihuana a California que terminaba en Los Ángeles (Blancornelas, 2002).

más de dos décadas, hasta que las fracturas internas agudizaron el problema de la violencia en 2007.⁴ Las detenciones y la muerte de quienes lideraban la región generaron un conflicto por el poder que derivó en la segmentación del grupo. Esta organización delictiva debió disputarse el control de rutas y mercado de consumo con el Cártel del Pacífico, dirigido entonces por Joaquín *El Chapo* Guzmán (*Semanario Zeta*, 2010b).

Como se comentó en la introducción, es en 2006 cuando inician los signos de descomposición en materia de seguridad pública y se pierde la tranquilidad en Tijuana; mientras que en 2007 el bloqueo de accesos a la frontera realizado por el Operativo Tijuana provocó que los cárteles debieran diversificar el tipo de delitos que cometían: pasaron del tráfico de drogas, al secuestro y extorsión a empresarios y miembros de la clase media alta, y privaciones ilegales de la libertad como una práctica común a través de la cual desaparecen a sus enemigos (Sánchez, 2011); acciones que son consideradas como “ajustes de cuentas”, a través de las cuales los narcotraficantes pretendían hacer cumplir sus pactos, que al tratarse de asuntos fuera de la legalidad no podrían atenderse por medio de la justicia jurídica (Ovalle, 2007). Según la Secretaría de Seguridad Pública de Baja California en Tijuana en 2007 hubo 310 casos de personas muertas de forma dolosa. La cantidad aumentó a 577 en 2008.⁵ En 2009 se presentaron 553 asesinatos. El año más cruento fue 2010, con 688 muertes; mientras que en 2011 se empezó a notar una disminución, al contabilizarse 418 homicidios, cifra aún mayor a la de 2007.⁶ En 2011, según un reporte de la agencia estadounidense Stratfor, experta en temas de seguridad, el Cártel de los Arellano Félix y el Cártel del Pacífico llegaron a formar acuerdos en el uso de las rutas de trasiego de estupefacientes, lo que significó una disminución de los asesinatos. La postura oficial emitida por el Gobierno federal,

⁴ Hasta 2002, la organización estuvo encabezada por Ramón y Benjamín Arellano Félix, pero el primero fue abatido en Culiacán, el 10 de febrero de ese año y el segundo fue capturado en Puebla un mes después, el 9 de marzo. Con la muerte de Ramón y la captura de Benjamín, la dirección del cartel pasó a manos de su hermano Francisco Javier, pero al cabo de cuatro años también fue capturado, el 14 de agosto de 2006. Lo relevó en el cártel su sobrino, Luis Fernando Sánchez Arellano, *el Ingeniero*, aunque en la línea de sucesión estaba primero otro de los hermanos, Eduardo Arellano Félix, quien también fue capturado un par de años después, el 26 de octubre de 2008. Las detenciones provocaron una pugna por el control de la “plaza” y el cártel se dividió en dos facciones: una aliada con Joaquín *El Chapo* Guzmán y otra leal a los hermanos Arellano Félix encabezada por Fernando (*Semanario Zeta*, 2010a: 14A).

⁵ En octubre de 2008 fue arrestado el líder del Cártel de los hermanos Arellano Félix, Eduardo Arellano, en Tijuana, posteriormente, en el último trimestre de 2008, se desataron las muertes violentas vinculadas al narcotráfico: 87 en octubre, 123 en noviembre y 171 en diciembre, de acuerdo con datos de la Secretaría de Seguridad Pública de Baja California.

⁶ Estadísticas de índices delictivos por año y municipios en Baja California: (<http://www.seguridadbc.gob.mx/contenidos/estadisticas2.php>).

fue que la baja cuantitativa de delitos de alto impacto en Tijuana se debió al éxito del “Operativo Tijuana”.

Planteamiento

La escalada de violencia vinculada al narcotráfico sufrida a partir de 2006 en Tijuana generó un incremento en cuanto acciones delictivas físicas perversas, así como una mayor divulgación de contenido a través de los medios de comunicación con respecto a los sucesos generados por estas redes de tráfico de drogas (balaceras, enfrentamientos, asesinatos, secuestros, contención del trasiego de sustancias ilegales y armas); la presencia de narcotraficantes y víctimas como actores centrales de los acontecimientos acapararon las portadas de los periódicos (Minor, 2016), a lo que se unieron las acciones gubernamentales estratégicas de intervención y control. La violencia que el narcotráfico generó es principalmente física, pero también simbólica y sistémica (Žižek, 2009); sobre todo ante el enfrentamiento directo dado por el Gobierno federal y su discurso bélico dirigido hacia el crimen organizado/narcotráfico. La interpretación hecha por el investigador Luis Astorga (1996), es útil para mostrar la relación entre estos diversos actores legítimos e ilegítimos: “al monopolio de la violencia legítima detentada por el Estado, le acompaña el monopolio de la violencia simbólica” (p. 38); es decir, cuando se da un enfrentamiento entre el Estado y los narcotraficantes se da en dos terrenos, en los físico pero también en lo discursivo. La violencia es entonces un fenómeno amplio que se analiza y conceptualiza considerando diversos elementos y aplicaciones, por lo que es necesario establecer el concepto desarrollado a partir de una revisión de literatura hecha por el autor, para poder seguir en el camino de este análisis. Vinculada al narcotráfico:

Esta violencia es principalmente factual, visible: asesinatos, secuestros, privaciones ilegales de la libertad (acciones de abuso de la fuerza física). Colectiva, supeditada a redes jerarquizadas de traficantes de drogas ilegales –transnacionales–, que se constituyen como un espécimen del crimen organizado (Sanmartín, 2010), y que buscan ejercer algún tipo de poder (y control) bien sea político, social, territorial, con propósitos de beneficio económico. Aunque es principalmente física, también puede presentarse en su forma simbólica (Bourdieu, 1986) ante sus manifestaciones de terror; y generada por otra de tipo sistémica (Žizek, 2009), con antecedentes de tipo estructurales (corrupción, adicciones, pobreza, por ejemplo) (Minor, 2016: 84).

Preguntas de investigación

Las preguntas de investigación que guiaron este estudio son las siguientes:

- ¿Cuáles fueron los encuadres de la violencia vinculada al narcotráfico en Tijuana, contruidos en los diarios *El Mexicano* y *Frontera*, a través del tratamiento informativo en las noticias, en el periodo de septiembre de 2008 a julio de 2011?

- ¿Los encuadres de la violencia vinculada al narcotráfico que presentaron los diarios caso de estudio permiten fomentar el debate social o contribuyen con la postura oficial sobre el tema de análisis?

Para facilitar la comprensión de los resultados de investigación, se presenta brevemente el modelo teórico del *framing* y la estrategia metodológica diseñada.

El framing como modelo teórico

Seguirle la pista a la teoría del *framing* requiere de un trabajo arqueológico, a pesar de su juventud relativa si se compara con otras miradas del conocimiento científico. Es necesario hacer brevemente el recorrido para comprender su base de análisis, que es donde se encuentra su riqueza teórica.

El origen del *framing* se establece dentro de la *sociología interpretativa*. Fueron psicólogos y sociólogos quienes se interesaron inicialmente en este modelo. Gregory Bateson, refiriéndose al proceso de recepción de los mensajes, acuñó el concepto de *frame* en 1955 “para definir el contexto o marco de interpretación por el que la gente se detiene en unos aspectos de la realidad y desestima otros” (Sádaba, 2007: 30). Mientras que Erving Goffman (2006) en su libro *Frame analysis. An essay on the organization of the experience*,⁷ en 1974, presenta un análisis de la realidad social, sobre la organización de la experiencia de los individuos.⁸ Goffman (2006) utiliza la palabra *marco* para referirse a esos elementos básicos que las personas son capaces de identificar, mientras que al hablar de *análisis de marco* se refiere a un “examen de la organización de la experiencia” (p. 11). Además establece otros términos, que quizás ahora sean más sencillos de comprender: *marcos de referencia* o *esquemas interpretativos*, que son necesarios para dar sentido a algún asunto.

La propuesta teórica de Goffman fue relacionada por primera vez con la comunicación y las noticias en los años ochenta, a través de la socióloga estadounidense Gaye Tuchman (1983), en su libro *Making news: A study in the construction of reality*,⁹ donde esta autora analiza cómo se desarrolla el proceso informativo, en el

⁷ El Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) editó por primera vez, tras 33 años, la traducción al castellano de *Frame Analysis* (1974), obra de referencia teórica de estos estudios, el libro fue titulado *Frame Analysis: Los marcos de la experiencia* (Goffman, 2006).

⁸ El término de *frame* lo tomó del trabajo del psicólogo inglés Gregory Bateson (1955/1988), quien escribió *A Theory of Play and Phantasy*.

⁹ En el prólogo del libro Tuchman (1983) señala que: “Los medios de información ponen el marco en el que los ciudadanos discuten los acontecimientos públicos”, y agrega que su obra estudia “cómo los informadores determinan los hechos y enmarcan los acontecimientos y debates pertinentes para nuestra vida cívica compartida” (p. 9). Luego dice abiertamente: “este libro plantea un debate teórico acerca del rol de la conciencia en la construcción de significados sociales y la organización de la experiencia” (p. 10).

que se desenvuelven profesionales (periodistas) dentro de organizaciones complejas (periódicos), se trata sobre las dinámicas organizacionales que interfieren en la construcción de las noticias (procesamiento periodístico). La investigadora toma como base el concepto de Goffman para proponer que “mira la noticia como un marco” (p. 13) y lo ejemplifica a través de una metáfora: “la noticia es una ventana al mundo”; explica que lo que se ve por la ventana depende de las características de ésta: si es grande o pequeña, si el vidrio es opaco o claro y si la ventana da hacia el exterior o el interior. Para Tuchman (1983) “los marcos convierten en suceso discernible a los acontecimientos no reconocibles o a la conversación amorfa” (p. 206). Agrega que “el marco de las noticias organiza la realidad cotidiana” (p. 207). En la interpretación de Sádaba (2001) “los marcos de las noticias producen y limitan el significado de las cosas” (p. 161).

Trabajos posteriores de investigación empírica enfocados al campo comunicativo continúan con el desarrollo del *framing* y sus intentos de conceptualización: Gitling (1980) señala que los marcos son recursos que utilizan los medios desde una posición dominante, hegemónica, para organizar la realidad de una sociedad. Mientras Gamson y Modigliani (1989) comentan que se trata de “paquetes de interpretación que dan sentido a un tema” (p. 3). Shanto Iyengar (1991) plantea que las noticias llevan ya sea un *marco episódico* o *temático* y que a través de los relatos se asigna responsabilidad y se sugiere un tratamiento sobre el tema. Robert M. Entman (1993) en su artículo *Framing: Toward clarificación of fracture paradigm* después de una revisión de literatura identifica las tendencias comunes entre los diversos usos de los términos *frame* y *framing*. Reese (2008), a través del prólogo del libro *Framing public life*, analiza en 2001 el estado de la cuestión y presenta su propuesta. Describió al *framing* como “un ejercicio de poder, particularmente en lo que afecta a nuestra comprensión del mundo político” (p. 7). Son representativos, en materia comunicativa, los trabajos que otorgan propuestas de desarrollo teórico-metodológico: Shoemaker y Reese (1996); Valkenburg, Semetko y De Vreese (1999); Semetko y Valkenburg (2000), y Matthes y Köhring (2008).

La definición del framing

No existe un consenso sobre qué significa *frame* (marco) y *framing* (encuadre) (Entman, Matthes y Pellicano, 2009). Tankard *et al.* (1991) establecen que sus definiciones son comúnmente apegadas a metáforas y que su uso generalmente puede darse de forma imprecisa.¹⁰ Para este análisis nos apegaremos a la fórmula

¹⁰ Jörg Matthes (2009: 355) analizó 15 revistas de comunicación en las que se presentaron artículos (incluidas notas de investigación) que citaran las distintas definiciones sobre el *frame* en las noticias, donde destacó el uso de la definición propuesta por Entman (1993, 2004) en 28.7% (51 casos); Gamson y Modigliani (1987, 1989) y Gamson, Croteau, Hoynes y Sasson (1992) en 20.2% (36 casos); Gitlin (1980) en 11.8% (21 casos); Iyengar (1991) 6.% (11 casos); Semetko y Valkenburg (2000) y Valkenburg, Semetko y De Vreese (1999), 5.1% (9 casos); Goffman (1977),

hecha por Entman en 1993, quien presenta la definición organizativa básica de los estudios del *framing* como especialidad del análisis mediático. Clave para esta investigación, su postura representa una guía básica para analizar el tratamiento informativo de la violencia vinculada al narcotráfico en los periódicos *El Mexicano* y *Frontera*, y que es parte de la propuesta de *estrategia de encuadre* (López, 2010). Entman (1993) plantea que encuadrar es hacer más prominente cualquier aspecto de la realidad:

Enmarcar implica esencialmente *seleccionar y marcar saliencia*.¹¹ Marco es *seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y hacerlos más sobresalientes en un texto de comunicación, del modo que se propone una definición del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento del asunto descrito* (p. 52; cursivas en el original).

De acuerdo con Robert Entman (1993) los marcos están inmersos en los elementos básicos del proceso de comunicación: el comunicador, el texto, el receptor; además en la cultura. Los comunicadores a partir de sus creencias estructuran las ideas y producen mensajes noticiosos que son emitidos socialmente. Estos textos exponen temáticas redundantes a lo largo del tiempo que se refuerzan en el pensamiento del lector o receptor; al autor aclara que no significa que la postura del emisor debe ser necesariamente entendida tal como él la pensó por el receptor, pero sirve para comprender asuntos precisos. Señala que la cultura proporciona significados compartidos, “es un conjunto empíricamente demostrable de marcos comunes que se exhiben en el discurso y el pensamiento de la mayoría de la gente en un grupo social” (p. 53). Los mensajes se construyen a partir de elementos como son la selección de argumentos, frases, palabras clave y el énfasis dado a cierto conocimiento; lo que equivale a que otro aspecto de “la realidad” será desestimado. En pocas palabras los marcos acentúan ciertos aspectos de la información sobre un tema a tratar, de esta forma obtienen una mayor prominencia en el texto por la colocación (jerarquía), repetición (eso le permite ser medible) o la asociación en el texto de ciertos símbolos culturalmente familiares (tratamiento-asociación).

4.5% (8 casos); Cappella y Jamieson (1997), 3.9% (7); Tankard *et al.* (1991), 2.2% (4 casos); otros 17.4% (31 casos). En total son 178 casos. Los estudios reportan múltiples definiciones, en algunos casos más de tres principales fueron codificados por artículo.

¹¹ *Saliencia*, en inglés *salience*, es hacer prominente, poner reflectores. Sin embargo, la palabra no se encontró en el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. Para Entman (1993: 53) *saliencia* es hacer que una pieza de información sea más noticiable a las audiencias, al hacerla más prominente se incrementa la probabilidad de que los receptores reciban la información.

Tipologías de encuadre

De acuerdo con diversos investigadores (Semetko y Valkenburg, 2000; De Vreese, 2005; Matthes y Köhring, 2008) las tipologías de encuadres pueden ser analizadas o recogidas desde dos métodos el *inductivo* y *deductivo*. El inductivo consiste en analizar una noticia abiertamente para revelar los marcos posibles; se trata de una perspectiva laboriosa y difícil de replicar (Semetko y Valkenburg, 2000). Mientras que el deductivo consiste en tomar ciertos encuadres predefinidos, se verifican los contenidos de las variables de análisis y se contrasta el grado en que estos marcos se producen en las noticias, este método es el utilizado en este análisis.

Tabla 1 Tipologías de encuadres deductivos en los medios de comunicación	
Tipología	Autor(es)
Las cuatro funciones de encuadre: Definición del problema, Atribución de responsabilidad, Evaluación moral, Propuesta de tratamiento	Enmant (1993)
Tipología según grado de generalización: Episódicos vs. Temáticos	Iyengar (1991)
Cinco encuadres genéricos: Marco de conflictos, Interés humano, Atribución de responsabilidad, Consecuencias económicas, Moralidad	Semetko y Valkenburg (2000)

Fuente: Elaboración propia.

Cuatro funciones básicas de encuadre

Entman (1993) establece cuatro funciones básicas de encuadre en los textos:

- *Definición el problema*: “Determinar lo que es un agente causal del acontecimiento, los costos y beneficios; éstos habitualmente se miden en valores culturales comunes”.
- *Atribución de responsabilidad*: “Identificar las fuerzas que crean problemas”.
- *Evaluación moral*: “Evaluación de los agentes causales y sus efectos”.
- *Propuesta de tratamiento*: “Ofrece y justifica el tratamiento para los problemas, además de predecir sus efectos” (p. 52).

Episódicos vs. temáticos

Shanto Iyengar (1991) en su investigación detecta que las noticias sobre temas políticos comúnmente contienen un marco *episódico* o un marco *temático*.

- *Estructura episódica*: Trata sobre situaciones específicas, casos particulares.
- *Estructura temática*: Plantea sucesos en un contexto general.

El predominio de la elaboración episódica no sólo afecta a la selección de la red de noticias, también las atribuciones de responsabilidad que los ciudadanos otorgan a los asuntos políticos.

Cinco encuadres genéricos

Semetko y Valkenburg (2000) establecen que como parte del proceso de producción noticiosa, lo periodistas requieren desarrollar los relatos en tiempo y espacio limitado, por lo que utilizan ciertos marcos que simplifican y dan significado a los acontecimientos, los cuales deben generar el interés de los receptores; por lo que deben decidir alguna manera de “encuadrar” las noticias (Valkenburg, Semetko y De Vreese, 1999). Los encuadres más comunes de acuerdo con Semetko y Valkenburg (2000) son cinco:

- *Marco de conflictos*: Enfatiza el conflicto entre individuos, grupos o instituciones (Newman, Just y Crigler, 1992). Se enfoca en ganadores o perdedores como tema central, utiliza un lenguaje de guerra, enfrentamiento o enfatiza en el estilo de un partido o individuo (Jameson, 1992).
- *Interés humano*: Se enfoca en las historias individuales, emocionales, para la recreación de un problema, de esta manera personaliza asuntos públicos y se dramatiza emocionalmente (Bannet, 1995).
- *Atribución de responsabilidad*: La causa o responsabilidad del problema (o asunto) es atribuida al gobierno, a un individuo o un grupo (Iyengar, 1987; Semetko y Valkenburg, 1998).
- *Consecuencias económicas*: Se presenta como acontecimiento con consecuencias económicas para un individuo, grupo, institución, región o país (Neuman, Just y Crigler, 1992). El impacto económico de un acontecimiento puede tener un importante valor noticioso (Graber, 1993).
- *Moralidad*: Coloca el asunto en función de criterios religiosos morales y éticos. Presenta prescripciones sobre cómo se debería de actuar de acuerdo con una ética en particular.

Metodología

Se expone la estrategia metodológica desarrollada para responder las preguntas establecidas, cuyo objetivo es identificar los encuadres planteados sobre la violencia vinculada al narcotráfico en la prensa tijuanense, a través de las noticias presentadas en las portadas de *El Mexicano* y *Frontera*. El estudio se concentra en el análisis de tres años: de septiembre de 2008 a julio de 2011. El modelo se basó en la noción de *estrategia de encuadre* planteada por Pablo López Rabadán (2010), quien en su artículo “Nuevas vías para el estudio del *framing* periodístico”, propone un análisis sistemático con categorías de análisis precisas y la búsqueda de un equilibrio metodológico cuantitativo/cualitativo.

Se aclara que este apartado es una síntesis de todo el procedimiento que la metodología plantea. Se consideró la portada de los periódicos al ser la primera imagen que despierta el interés de los lectores a través de las noticias que presenta y los elementos con que los porta: titulares, cintillos, llamados a interiores,

los cuales se integran para transmitir un mensaje. Se seleccionó como muestra la primera plana de 30 ediciones diferentes de *El Mexicano* y *Frontera*. Se tomó el total de las notas localizadas en cada página principal y dependió de la cantidad de notas publicadas por diario. Resultaron 66 noticias de portada de *El Mexicano* y 48 de *Frontera*, ubicadas como notas principales y secundarias, con sus respectivos titulares, antetítulos y sumarios.



Encuadres noticiosos sobre la violencia vinculada al narcotráfico en Tijuana

Análisis de El Mexicano

Resultado de cumplimiento de las cuatro funciones básicas de encuadre

Para reflejar las principales ideas clave dadas en *El Mexicano*, las cuales constituyeron las tipologías de encuadre establecidas por Entman (1993) se desarrolló la Tabla 2, en la que se establece además el grado de su cumplimiento. Posteriormente se mostrarán las descripciones de forma individual.

Tabla 2
Resultados de funciones básicas de encuadre propuestas por Entman, *El Mexicano*

Funciones básicas de encuadre (Entman, 1993)	Grado de cumplimiento		Idea clave
Primera función Definición del problema	65/66	98.48%	• La expansión de la violencia y de los grupos del narcotráfico/delinuencia organizada • La preocupación de la iniciativa privada por el incremento de la violencia vinculada al narcotráfico/crimen organizado • Contención y combate al narcotráfico/crimen organizado a través de acciones concretas como son las detenciones de miembros de estas organizaciones • Legitimación del desempeño coordinado de los tres niveles de gobierno en contra del narcotráfico/crimen organizado
Segunda función Atribución de responsabilidad	30/66	45.45%	• La nominación del crimen organizado como generador de la violencia de alto impacto, a través de acciones específicas: homicidios, privaciones de la libertad, incautaciones de armamento y drogas • La responsabilidad de las autoridades en el cumplimiento de garantizar la seguridad • La autoasignación de responsabilidad por parte de las autoridades
Tercera función Evaluación moral	46/66	71%	• La violación al derecho a la vida, a través del uso de la violencia • Las acciones de las redes del narcotráfico • La relación entre miembros de las corporaciones policiacas y los miembros del narcotráfico/crimen organizado • Valores positivos para restablecer el orden, honestidad, responsabilidad, mantenerse al margen de las complicidades
Cuarta función Propuesta de tratamiento	16/66	24.24%	• Se requiere la colaboración de todos los órdenes de gobierno para combatir este flagelo que es la inseguridad (violencia) y seguir dando resultados • Demanda de mecanismos concretos para reforzar la seguridad • Reemplazo de las policías locales por el Ejército, Marina, Policía Federal, para resguardar seguridad de algunas zonas de Tijuana

Fuente: Elaboración propia.

Definición del problema

La primera función, *Definición del problema*, tiene una presencia de 98.48%: 65 notas, de una muestra de 66. De acuerdo con Entman (1993: 52) definir el problema es determinar el tema principal y el agente causal en cada noticia (Matthes y Köhring, 2008).

Tabla 3			
Presencia de elementos de encuadre de <i>Definición del problema</i> en <i>El Mexicano</i>			
Variables	Descripción	<i>El Mexicano</i> (N= 65)	Porcentajes
Tema	Expansión de la violencia vinculada al narcotráfico	21	31
Tema	Preocupación de la iniciativa privada por la violencia vinculada al narcotráfico (aspecto vinculado a lo económico)	7	10
Tema	Contención de la violencia vinculada al narcotráfico	19	29
Tema	Desempeño coordinado de los tres niveles de gobierno en contra del narcotráfico	14	20
Tema	Otros	5	1
Actor	Sector empresarial	7	11
Actor	Funcionarios federales/estatales	6	9
Actor	Académico/especialista	1	2
Actor	Policía Municipal	5	8
Actor	Víctimas	14	22
Actor	Presidente de la República	2	3
Actor	Gobernador de Baja California	3	5
Actor	Alcalde de Tijuana	1	2
Actor	Policía Estatal/PGJE	4	6
Actor	Narcotraficantes	7	11
Actor	Ejército/Marina	12	18
Actor	Ciudadanos/Organismos civiles	3	5

Fuente: Elaboración propia.

Descripción

- *La expansión incontenible de la violencia vinculada al narcotráfico* está caracterizada por las acciones criminales presentadas (violencia física): homicidios dolosos, privaciones ilegales de la libertad y secuestros, expresados con un sentido de perpetuidad. El alza de la inseguridad es reflejada a través de: las estadísticas como argumentos, las cifras de secuestros y homicidios dolosos, un condensado de acontecimientos en una misma noticia; además, enunciados a través de titulares que sintetizan expresiones referentes a un incremento cotidiano, tanto metafórico como como sumatorio: “Sigue ola violenta, 4 muertos y dos heridos” / “55 ejecuciones en sólo 11 días”.

- *La preocupación de la iniciativa privada de Baja California por el incremento de la violencia vinculada al narcotráfico/crimen organizado*; los efectos económicos negativos para la sociedad bajacaliforniana provocan una demanda de mayor seguridad. La construcción del mensaje noticioso anterior se estructura con expresiones de poder: *demandas, exigencias, sentencias, advertencias o plazos al gobierno*. Enfatiza en la necesidad de presentar y cumplir estrategias de seguridad y de continuar por el camino de combate al crimen organizado y solicita una mayor participación del Ejército como líder en el asunto: “Coparmex exige a los gobiernos locales que cumplan con brindar seguridad” (11/09/2008).
- *La contención de la violencia de alto impacto vinculada al narcotráfico y la legitimación y defensa de la lucha anticrimen*, que en Baja California se presentó a través del Operativo Conjunto Baja California (iniciado en enero de 2007). Destacan acciones precisas de trabajo operativo, logros y la exposición de los detenidos y los decomisos de armas, drogas o dinero. A los detenidos se les caracteriza, principalmente por sus actos como *sicarios* o *gatilleros*, secuestradores. Se exhiben las detenciones de estos delincuentes y los decomisos de armamento, denominados arsenal,¹² así como el riesgo que implicaba que estuvieran en las calles. Los narcotraficantes arrestados (también llamados criminales) son considerados agentes causales de la violencia que pertenecen a organizaciones del crimen; en los titulares y el cuerpo de las noticias se les enuncia como cárteles (“El Cártel de los Arellano Félix”, “La Familia Michoacana”, “El de Sinaloa”), células criminales, minicárteles o simplemente gente de un líder del narco (“El Teo”, “Los Arellano”, “El Muletas”). Como toda organización de negocios se establece una jerarquización de puestos, con base en funciones a realizar: “líder”, “sicario” (asesino asalariado), “lugarteniente”, “cerebro financiero” o simple “cuidador”; sin embargo, tener rango inferior no demerita para el medio su responsabilidad legal (sin precisar en qué delitos incurre) y coloca además una carga moral.
- *Desempeño coordinado de los tres niveles de gobierno en contra del narcotráfico*: autoridades federales (Ejército y Marina, Policía Federal, PGR), estatales (Procuraduría General del Estado de Baja California, Policía Estatal Preventiva) y municipales (Secretaría de Seguridad Pública de Tijuana), destacan sus acciones operativas, el trabajo en conjunto y los logros obtenidos. El diario a través de sus relatos enmarca el discurso oficial que defiende la lucha anticrimen. Como agentes políticos destacan Felipe Calderón Hinojosa, ex presidente de la República (2006-2012); José Guadalupe Osuna Millán, ex gobernador de Baja California (2007-2013), y militares de alto rango en la región. Felipe Calderón en sus visitas a Tijuana resalta los avances en materia de seguridad y

¹² De acuerdo al diccionario de la Real Academia de la Lengua Española 2011 arsenal significa: “Depósito o almacén general de armas y otros efectos de guerra”.

pone a Tijuana como ejemplo para el país, en esta entidad gobierno del federal, estatal y municipal pertenecen al Partido Acción Nacional (PAN), por lo que existe una relación cercana entre estas autoridades. Contrastan el discurso de logros y una realidad violenta.

Atribución de responsabilidad

La segunda función de Entman (1993) es la *Atribución de responsabilidad* que presenta un nivel bajo de cumplimiento en la muestra, de 45.45%. De acuerdo con el autor esta función consiste en identificar las fuerzas que miden los problemas. Las noticias establecen quiénes tienen la responsabilidad de que los asuntos planteados anteriormente se generen. Aunque de acuerdo con la medición no todos los mensajes analizados lo hacen.

Tabla 4			
Presencia de elementos de encuadre de <i>Atribución de responsabilidad</i> en <i>El Mexicano</i>			
Variables	Descripción	N= 30	Porcentajes
Atribución de riesgo	Responsabilidad de los miembros del narcotráfico/crimen organizado sobre la violencia	20	67
Atribución de responsabilidad	Autorresponsabilidad del gobierno del Estado para combatir la inseguridad	4	13
Atribución de responsabilidad	El sector empresarial responsabiliza al gobierno sobre su deber de reforzar (brindar) la seguridad (dar resultados, frenar delitos, garantizar que no haya más víctimas)	6	20

Fuente: Elaboración propia.

Descripción

- *Responsabilidad de los miembros del narcotráfico/crimen organizado sobre la violencia*, se reduce a la descripción del “bando” al que supuestamente pertenecían los muertos o los ejecutores detenidos, de qué y de cuántos delitos se les acusa, la manera con la que se perpetran las muertes y el tiempo en el que se registraron, envueltos en especulaciones: (12/09/2008) “Cártel del Golfo, en Tijuana: PGR”. “Actos delictivos, la muestra”.
- *El sector empresarial responsabiliza al gobierno sobre su deber de brindar la seguridad*, si bien la responsabilidad de la violencia recae en los grupos delincuenciales, la responsabilidad contenerla es de las autoridades.
- *Las autoridades se autoasignan la responsabilidad de atender el problema de la violencia*, de esta forma legitiman el desempeño del Ejército, Marina y Policía Federal en las calles de Tijuana.

Evaluación moral

A principios del siglo XXI un estudio de la investigadora Rossana Reguillo (2000) reveló que ser narcotraficante conlleva una percepción negativa alta socialmente, por su parte, el narcotráfico cuenta con una carga moral negativa históricamente, más allá de su ilegalidad. Reguillo señala que entre las principales funciones con las que se asocia al narco, están la muerte y corromper el orden social. Este antecedente es útil para reflexionar sobre cómo este aspecto en el tema de análisis puede llegar a ser importante aunque puede no ser evidente. La función *Evaluación moral*, de Entmant (1993) cuenta con una presencia de 71%.

Tabla 5			
Presencia de elementos de encuadre de <i>Evaluación moral</i> en <i>El Mexicano</i>			
Variables	Descripción	N= 47	Porcentajes
Riesgo sobre la ética y la legalidad	La violación al derecho a la vida a través del uso de la violencia	24	51
Riesgo sobre el narcotráfico	Las acciones generales vinculadas a las redes del narcotráfico	14	30
Riesgo sobre la corrupción	La relación entre miembros de las corporaciones policiacas y los miembros de las redes del narcotráfico/ crimen organizado	6	13
Beneficios	Valores positivos para restablecer el orden, honestidad, responsabilidad, mantenerse al margen de las complicidades	3	6

Fuente: Elaboración propia.

Descripción

- *La violación al derecho a la vida a través del uso de la violencia.* La violencia ejercida por algunos miembros del narcotráfico y crimen organizado, a través de los asesinatos y las privaciones a la libertad, revelan una violación a dos valores fundamentales del ser humano. A través de las noticias de *El Mexicano* se expresa la muerte como algo cotidiano y en su representación se muestra el horror vivido en Tijuana, durante el periodo de análisis (2008-2011).
- *Las acciones generales vinculadas a las redes del narcotráfico* se trata de la ruptura de la legalidad y la ética; la presunción de lo incorrecto es manifiesto a través de la criminalidad de los otros y de sus actos anómalos, se exhibe a través de agentes sociales que actúan bajo esquemas de desviación social. Se presenta una reducción de *buenos y malos*, donde las autoridades cumplen con su deber y los malos son villanos ejecutores (o víctimas al mismo tiempo): gatilleros, sicarios, esbirros, maleantes, narcomarineros, cabecillas de células criminales, gánsteres, multihomicidas. Los presuntos ejecutores de los asesinatos son presentados como delincuentes definidos con diversos términos

- despectivos, aparentemente sinónimos. Las oraciones se complementan con elementos que resaltan su peligrosidad o que reflejan la situación sobresaliente del efecto negativo que causan. Por ejemplo: el presidente de la República, Felipe Calderón Hinojosa, señala: “eduquemos a nuestros hijos en valores y los alejemos, precisamente, de las adicciones que los esclavizan de por vida en favor de los dueños del sucio negocio de las drogas, habrá un mejor futuro”.
- *La relación entre miembros de las corporaciones policiacas y los miembros de las redes del narcotráfico/crimen organizado*, representada a través de la corrupción; el quebranto del valor de la honestidad, se presenta mediante los policías que juegan un doble papel al estar vinculados a las redes del narcotráfico, cuando su deber es trabajar por la seguridad de la sociedad.
 - *Valores positivos para restablecer el orden*, está presente una muestra breve en la que hace referencia a quienes sí cumplen correctamente con las responsabilidades que se les han encomendado.

Propuesta de tratamiento

Todas las propuestas de tratamiento cuentan con un limitado o nulo desarrollo, no se define exactamente en qué consisten los planteamientos y simplemente se mencionan. Su aparición es de un nivel bajo 24.4% (16 notas de 66 unidades de análisis). A través de esta función se evidencia la simplicidad con la que es tocado el tema de la violencia vinculada al narcotráfico en las noticias, al dar voz a actores similares con posturas principalmente de control y orden, estrategias vagas que podrían pasar más por discurso.

Variables	Descripción	N= 16	Porcentajes
Remedio reactivo	Se requiere la colaboración de todos los órdenes de gobierno para combatir este flagelo que es la inseguridad (violencia) y seguir dando resultados	7	44
Remedio reactivo	Reemplazo de las policías locales por las fuerzas federales (Ejército, Marina, Policía Federal) para resguardar seguridad de algunas zonas de Tijuana	6	38
Remedio proactivo	Demanda de mecanismos concretos para reforzar la seguridad	3	19

Fuente: Elaboración propia.

Descripción

- *Colaboración de todos los órdenes de gobierno para combatir la inseguridad*, establece una estrategia de trabajo en equipo y logros que pone a Baja California, particularmente a Tijuana, en un plano de éxito del Operativo Conjunto Ti-

juana y de mando policial único. Tanto las autoridades municipales, estatales, federales y el Ejército promueven este discurso, presentado como un argumento básico y vago que no especifica acciones a seguir, como forma de proveer el orden ante el desorden generado por la inseguridad y la violencia, de esta manera se continúa con la legitimación de la lucha contra el narcotráfico.

- *Reemplazo de las policías locales por las fuerzas federales* ante el alto índice de desconfianza y falta de control que existe sobre los elementos de la corporación policiaca; destaca como recomendación de tratamiento para minimizar la inseguridad pública, la permanencia del Ejército en las calles. Otra idea clave es generar estrategias concretas, aunque brevemente definidas por agentes disidentes, sólo en un caso se desarrolla un poco más (se trata de un comunicado).
- *Demanda de mecanismos concretos para reforzar la seguridad*, entre las propuestas del sector empresarial, principalmente, se encuentran: el incremento en la inversión en medio ambiente, educación y seguridad; prevención del delito, depuración y fortalecimiento de instituciones de seguridad y procuración de justicia; reasignación de recursos y partidas presupuestales. Cambiar las tácticas utilizadas para reforzar las aduanas, sin inhibir la competitividad. Que se establezca una estrategia de seguridad pública urgente con la creación de un grupo de reacción inmediata antisequestros y mayor participación del Ejército.

Cinco grandes encuadres genéricos Semetko y Valkenburg

De acuerdo a la teoría del *framing*, los reporteros pueden enmarcar de diversas formas las noticias, los investigadores Semetko y Valkenburg (2000), posterior a realizar una revisión de literatura, determinaron que existen cinco tipos de encuadres principales a través de los cuales se presenta la información periodística: *Marco de conflictos*, *Interés humano*, *Atribución de responsabilidad*, *Consecuencias económicas* y *Moralidad*.¹³ Estas genealogías se encuentran vigentes en las notas del periódico *El Mexicano*.

¹³ Encuadres genéricos de Semetko y Valkenburg (2000): a) Marco de conflictos: hace hincapié en los conflictos entre los partidos o individuos, b) centrándose en un individuo como un ejemplo o haciendo hincapié en las emociones (marco interés humano), c) atribuyendo la responsabilidad, la acreditación o culpar a ciertas instituciones políticas o individuos (marco de responsabilidad), d) que se centra en el desarrollo económico consecuencias para la audiencia (marco consecuencias económicas).

Tabla 7
Tipologías de encuadres genéricos (Semetko y Valkenburg)
presentadas en noticias de *El Mexicano*

Encuadres	Porcentajes	Descripción
Marco de conflictos	46.69	• Exhiben las diferencias entre grupos. El Gobierno contra los cárteles de traficantes de drogas ilegales • La disputa entre los cárteles de la droga, ejecutada por minicárteles o células de algún grupo que se matan unos a otros en la lucha por la “plaza” • La limpieza en las corporaciones policiacas coloca a los policías en una posición contraria al Ejército que los releva de su labor y detiene a quienes están vinculados con los criminales • La iniciativa privada que demanda seguridad a las instituciones gubernamentales de todos los niveles, ante el alza en los índices de asesinato y secuestros en Tijuana, al asignarles la responsabilidad de garantizar la tranquilidad en la ciudad
Interés humano	25.75	• En las noticias sobre violencia vinculada al narcotráfico se describen los acontecimientos partiendo de la forma en la que los actores principales del relato fueron convertidos en víctimas o fueron encontrados sus cuerpos en caso de haber sido asesinados • Llamando la atención por sus características y la manera de presentación de su muerte
Atribución de responsabilidad	28.78	• La responsabilidad de la violencia es atribuida a los narcotraficantes, pero es al gobierno a quien se le designa la obligación de acabar con ella
Consecuencias económicas	15.15	• El problema de la violencia vinculada al narcotráfico en Tijuana se exhibe en términos de las consecuencias económicas que tendrá para la región. Los miembros de la iniciativa privada, líderes y cúpulas empresariales son los actores que son tomados en cuenta por el periódico para alzar la voz, sobre el costo del incremento de los asesinatos y secuestros en la economía al ahuyentar la inversión
Moralidad	71	• Este encuadre de moralidad se basa en las posturas de legalidad y ética que tienen entre los miembros de las redes de tráfico de estupefacientes y de los policías que les brindan seguridad, apartándose de la ética

Fuente: Elaboración propia.

Tipologías según grado de generalización de Shanto Iyengar

Las noticias casi invariablemente son presentadas a través de encuadres de tipo *Episódicos* o *Temáticos*, según su grado de generalización. De acuerdo con las investigaciones realizadas por Iyengar (1991) el encuadre *Episódico* se presenta al

estar los relatos centrados en acontecimientos o casos específicos; en la muestra tomada de *El Mexicano* (66 notas de portada) se evidencia en 95.45% esta situación, mientras que la estructura *Temática*, que es cuando la información se coloca en un contexto más general, se registró en escaso 4.55%.

Periódico Frontera

Cumplimiento de las cuatro funciones básicas de encuadre de Entman

Las funciones básicas de encuadre propuestas por Robert M. Entman (1993) se cumplen en diferentes niveles, se trata de 48 noticias analizadas. La más representativa es la *Definición del problema* en 100%, seguida por *Valoración moral* con 60.41%; en tercer sitio la *Atribución de responsabilidad* 31.25%, y por último, la *Propuesta de tratamiento* en 16.66%. Es necesario señalar que por cuestiones del reducido espacio en el formato tabloide de *Frontera* las notas pueden ser de entre tres y ocho párrafos, por lo que la medición fue más pequeña, lo cual se refleja en los encuadres aparecidos, en proporción con *El Mexicano*, que es un periódico estándar.

Tabla 8
Resumen funciones básicas de encuadre de Entman en *Frontera*

Funciones básicas de encuadre (Entman, 1993)	Grado de cumplimiento.		Idea clave
Primera función Definición del problema	100.00%	48/48	• La victimización de los casos de violencia: muertes, asesinatos ataques • Contención: detenciones de miembros del narcotráfico/crimen organizado y aseguramientos de drogas, armas y dinero • Relaciones entre policías y las redes del narcotráfico/crimen organizado, estableciendo la presunta corrupción existente • Inseguridad ciudadana
Segunda función Atribución de responsabilidad	31.25%	15/48	• Las redes de traficantes de drogas y el crimen organizado son los responsables de los crímenes ocurridos: asesinatos, secuestros, privaciones ilegales de la libertad, tráfico de estupefacientes y de armamento • Responsabilidad de las autoridades de atacar la inseguridad pública
Tercera función Valoración moral	60.41%	29/48	• Ruptura de la legalidad y la ética. La presunción de lo incorrecto manifestado a través de la criminalidad de los otros y de sus actos anómalos • La relación entre miembros de las corporaciones policíacas y los miembros del narcotráfico/crimen organizado • Respeto por la vida y la libertad del ser humano • Invasión de lo ilícito a lo lícito

Funciones básicas de encuadre (Entman, 1993)	Grado de cumplimiento.		Idea clave
Cuarta función Propuesta de tratamiento	16.66%	8/48	• Reemplazo de las fuerzas federales (Ejército, Marina, Policía Federal) a policías municipales para resguardar seguridad de algunas zonas de Tijuana • Medidas reactivas contra la inseguridad, mayor vigilancia y blindaje de autos y casas • Reunión entre el sector empresarial y el Gobierno, para buscar soluciones contra la inseguridad

Fuente: Elaboración propia.

Definición del problema

La primera función, *Definición del problema*, tiene una presencia de 100%, de una muestra de 48. Se detectaron dos ideas claves centrales: una basada en aspectos positivos y otra en negativos, establecidas con actores particulares. En la Tabla 9 aparecen esos temas y actores que tienen preponderancia en el discurso periodístico.

Tabla 9 Presencia de elementos de encuadre de <i>Definición del problema</i> en <i>Frontera</i>			
Variables	Descripción	Frontera (N= 48)	Porcentajes
Tema	La victimización de los casos de violencia: muertes, asesinatos, ataques	18	38
Tema	Contención: detenciones de miembros del narcotráfico/crimen organizado y aseguramientos de drogas, armas y dinero	13	27
Tema	Relaciones entre policías y las redes del narcotráfico/crimen organizado, estableciendo la presunta corrupción existente	13	27
Tema	Inseguridad ciudadana	4	8
Actor	Sector empresarial	4	8
Actor	Funcionarios federales/estatales	2	4
Actor	Académico/especialista	0	0
Actor	Policía Municipal	4	8
Actor	Víctimas	14	29
Actor	Presidente de la República	0	0
Actor	Gobernador de Baja California	0	0
Actor	Alcalde de Tijuana	1	2
Actor	Policía Estatal/PGJE	4	8
Actor	Narcotraficantes	11	23
Actor	Ejército/Marina	7	15
Actor	Ciudadanos/Organismos civiles	1	2

Fuente: Elaboración propia.

Descripción

- *La victimización de los casos de violencia: muertes, asesinatos, ataques*, se trata de la violencia física contada a partir del padecimiento de las víctimas, historias que se complementan a través de elementos descriptivos con adjetivos, principalmente en forma microrelatos. Con esta idea clave, *Frontera* presenta los casos de violencia vinculada al narcotráfico/crimen organizado relacionando los hechos con elementos narrativos que expresan la vulnerabilidad y la tragedia de los actores involucrados. Este tema se sostiene al ser las víctimas los actores con mayor aparición (29%), 18 casos.
- *Contención: Detenciones de miembros del narcotráfico y aseguramientos de drogas, armas y dinero*, se describen hechos y se traducen los logros como desarticulación de “células” y localización de arsenales de armas y plantíos de enervantes. Ejemplo: titular, “Quitan al ‘Inge’ arsenal y droga”; sumario, “Con un impresionante arsenal y más de 600 kilos de marihuana, un hombre fue detenido en la colonia Chapultepec; presumen que es colaborador de Fernando Sánchez Arellano, ‘El Ingeniero’”. Los narcotraficantes como actores centrales de las notas estudiadas aparecen en 23%.
- *Relaciones entre policías y las redes del narcotráfico/crimen organizado, estableciendo la presunta corrupción existente*; esta idea tiene una baja aparición un ejemplo de titular es: “Gozan ‘narcopolicías’ incapacidades médicas”, lo cual cuenta con una carga moral, fuerte.
- *Inseguridad ciudadana*. Ante lo común de la presencia de la violencia vinculada al narcotráfico en Tijuana, la inseguridad ciudadana es un sentimiento cotidiano, se manifiesta ante la necesidad de aplicar medidas económicas para resguardo, pero no como una sensación “natural” en ese contexto que afecta la calidad de vida de los ciudadanos, con efectos en la salud, en la cultura, en el esparcimiento, por comentar algunos. No se profundiza sobre cómo tratar este asunto delicado con especialistas, mientras que la victimización generalizada es estelar.

Atribución de responsabilidad

La presencia de la función de *Atribución de responsabilidad* en el análisis a la muestra de noticias tomadas de *Frontera* presentan una presencia baja, de 39.16%: 17 notas de 48.

Tabla 10
Presencia de elementos de encuadre *Atribución de responsabilidad en Frontera*

Variables	Descripción	N= 17/48	Porcentajes
Atribución de riesgo:	Las redes de traficantes de drogas y el crimen organizado son los responsables de los crímenes ocurridos: asesinatos, secuestros, privaciones ilegales de la libertad, tráfico de estupefacientes y de armamento. Además de corrupción	16	94
Atribución de responsabilidad	Responsabilidad de las autoridades de contener la inseguridad pública	1	6

Fuente: Elaboración propia.

Descripción

- *Las redes de traficantes de drogas y el crimen organizado son los responsables de los crímenes ocurridos*, la idea clave principal exhibe que la responsabilidad de la violencia depende de los miembros de las redes de tráfico de drogas y el crimen organizado, quienes participan en los crímenes suscitados: asesinatos, secuestros, privaciones ilegales de la libertad, tráfico de estupefacientes y de armamento. El diario difunde las detenciones hechas por las autoridades y los posicionamientos de las dependencias de seguridad lo que significa la reproducción del discurso oficial a través de los partes policiacos, las ruedas de presa y el cubrimiento de los acontecimientos en el lugar donde sucedieron. Ejemplo de la presentación de esta idea clave: titular: “Achaca PGR decapitados a ‘Zetas’ en TJ”; cuerpo de la noticia: Delegado dice que las recientes personas decapitadas y “narcomensajes” tienen el sello de ese grupo delictivo.
- *Responsabilidad de las autoridades de contener la inseguridad pública*, aparece sólo una vez y trata sobre que la ineficacia de las autoridades afecta en la seguridad pública.

Evaluación moral

Esta función de *Evaluación moral* surge en 60.41%, que representa 29 noticias de un total de 48, siendo la segunda función con mayor participación de la muestra.

Tabla 11
Presencia de elementos de encuadre de *Evaluación moral en Frontera*

Variables	Descripción	N= 29/48	Porcentajes
Riesgo: Sobre la ética y la legalidad	Ruptura de la legalidad y la ética. La presunción de lo incorrecto manifestado a través de la criminalidad de los otros y de sus actos anómalos	10	34
Riesgo: Expansión de la violencia	La violación al respeto a la vida y la libertad del ser humano	10	34
Riesgo: Sobre la ética y la legalidad	La relación entre miembros de las corporaciones policiacas y los miembros del narcotráfico/crimen organizado	8	28
Riesgo: Expansión de lo ilegal	Invasión de lo ilícito sobre lo lícito	1	3

Fuente: Elaboración propia.

Descripción

- *Ruptura de la legalidad y la ética*, se basan tanto en los diversos acontecimientos de criminalidad como ilícitos vinculados al narcotráfico, fenómeno que en sí ya contiene una carga moral histórica.
- *La violación al respeto a la vida y la libertad del ser humano*, los asesinatos, privaciones y secuestros que estos grupos cometían y que fueron expuestos por *Frontera*.
- *La relación entre miembros de las corporaciones policiacas y los miembros del narcotráfico/crimen organizado*, hace referencia a la corrupción policiaca, vinculado con el desprestigio y nombrándolos como “narcopolicías”. Este hecho sobresalió por la detención que se hizo de policías municipales, estatales y ministeriales por sus vínculos con el narco, lo cual implicó que el Ejército, Marina, y Policía Federal los sustituyera.
- *Invasión de lo ilícito a lo lícito*, menciona cómo pasa de un asunto que es legal a ser invadido por otro que es ilegal penetrándolo.

Propuesta de tratamiento

Esta función es bastante endeble, no representativa, ocupa un espacio de 16.66%. *Frontera* no presenta argumentos, sino que se trata de breves menciones.

Tabla 12
Presencia de elementos de encuadre *Propuesta de tratamiento en Frontera*

Variables	Descripción	(N= 48)	Porcentajes
Remedio reactivo	Reemplazo de las policías municipales por las fuerzas federales (Ejército, Marina, Policía Federal) a policías municipales para resguardar seguridad de algunas zonas de Tijuana	3	38
Remedio reactivo	Medidas reactivas contra la inseguridad, mayor vigilancia y blindaje de autos y casas	3	38
Remedio reactivo	Reunión entre el sector empresarial y el Gobierno, para buscar soluciones contra la inseguridad	2	38

Fuente: Elaboración propia.

Descripción

- *Reemplazo de las policías municipales por las fuerzas federales*, se trata de remedios reactivos, suscitados en un contexto coyuntural. Ante supuestos actos de corrupción por parte de los elementos municipales que tradicionalmente resguardaban el orden y la seguridad en Tijuana, se presenta el ingreso del Ejército, la Marina y la Policía Federal de manera más amplia, con atribuciones que anteriormente no ejercían. Se trató de una petición hecha por parte del sector empresarial.
- *Medidas reactivas contra la inseguridad*, se presenta también la idea de que ante la creciente inseguridad los ciudadanos requieren establecer (invertir en) medidas de seguridad privada, ésta se da con base en las voces del sector empresarial. A través de una noticia, por ejemplo, en la que se plasma los resultados de una encuesta al sector empresarial tijuanaense, se muestran algunas propuestas de tratamiento que cuentan con mayor diversidad, como es: vigilancia entre vecinos y patrullaje; rejas y vigilancia en casas; educación como herramienta eficaz contra drogas y el “narco”; aplicar más sanciones a “narcos”; hasta legalizar las drogas. Sugerencias que no se generalizan, pero que podría tener un seguimiento con expertos de lo que implicaría seguir las positiva o negativamente.
- *Reunión entre el sector empresarial y el Gobierno, para buscar soluciones contra la inseguridad*, como voz legitimada por el medio de comunicación para exponer situaciones diversas, la iniciativa privada de Tijuana solicita reuniones para plantear soluciones y conocer las medidas en contra de la inseguridad, ante los efectos negativos de ésta en la economía.

Tipologías de encuadre genéricos

Se analizaron las noticias de violencia vinculada al narcotráfico bajo las tipologías inductivas de los cinco encuadres genéricos clasificados por Semetko y Valkenburg (2000).

Tabla 13
Tipologías de encuadres genéricos presentadas en noticias de *Frontera*

Encuadres	Porcentajes	Descripción
Marco de conflictos	41.66	• Esta tipología está presente en las narraciones referentes a los narcotraficantes y a la policía o Ejército, “los buenos y los malos” • La rivalidad entre grupos de redes de traficantes de drogas ilegales que se disputan la “plaza” de Tijuana • El Ejército contra elementos de la Policía Municipal de Tijuana (principalmente), de la Policía Estatal Preventiva (PEP), y de la Ministerial, vinculados al narcotráfico (catalogados por <i>Frontera</i> como los “narcopolicías”). Las fuerzas armadas y federales que relevan a los elementos de diferentes corporaciones estatales • Los traficantes de drogas contra el ejército o la PGR, y en menor medida las autoridades de seguridad pública municipal o estatal
Interés humano	39.58	• Las víctimas y sus características son tomadas como valor noticioso • Los niños, las mujeres, los jóvenes, las esposas, las abuelas, los inocentes. Destacando por su edad, género o rol social, generando el sentimiento de ser personas que podrían no estar inmiscuidas en el delito de narcotráfico (“Deshacen en ácido a tres jovencitas”, “Recibe una niña rozón en balacera”) • Se cuentan brevemente los sucesos en los que fueron atacados, lo que los convirtió en víctimas: ejecutados, acribillados, “rafagueados”, ahorcados y luego deshechos en ácido. Los espacios en los que fueron victimados es otro elemento a resaltar, sobre todo si se trata de su casa. Asimismo, se establece como antecedente el oficio. Quienes no caben en el estereotipo de víctima, anteriormente descrita, son presentados como simples sujetos que murieron asesinados de forma trágica (hombres mayores), en la clásica sumatoria y breve, resaltando la violencia con que fueron sometidos (con huellas de violencia, “enteipado”) • Policías detenidos, asesinados o atacados. Para hacer más atractiva su historia se les exalta como “narcopolicías”. Entre los delitos que están involucrados son secuestros
Atribución de responsabilidad	18.75	• La asignación de responsabilidades a los cárteles de la droga sobre la violencia que se registra en Tijuana • Las estrategias, vinculadas a los logros, de las autoridades de seguridad pública • Empresarios que reclaman seguridad a las autoridades • La responsabilidad de Estados Unidos en permitir el armamento de los narcotraficantes mexicanos

Encuadres	Porcentajes	Descripción
Consecuencias económicas	8.33	• La relación de los negocios con el narcotráfico. Las redes de los traficantes de drogas infiltrados en los negocios lícitos • Las estrategias militares contra el narcotráfico y sus efectos en la economía. Los retenes colocados en las carreteras que limitan el traslado de mercancía, generando un incremento en los gastos en el transporte • El incremento en sectores de la economía beneficiados por el consumo de servicios de seguridad privada (lo cual a la inversa, implica un efecto negativo en la calidad de vida de las personas, al invertir en seguridad y no en otros aspectos como es salud, educación entretenimiento)
Moralidad	60.00	• La corrupción policiaca como aspecto central de la inseguridad en Tijuana, ante sus vínculos con el narcotráfico y crimen organizado, principalmente la policía municipal, aunque también haya casos de miembros de otras corporaciones estatales • La interacción con miembros de las redes del narcotráfico, aun no siendo parte de este, en reuniones sociales, esto, por ejemplo es considerado por <i>Frontera</i> como acudir a una narcofiesta • La interrupción de la vida y el límite de la libertad

Fuente: Elaboración propia.

Tipología de encuadre Episódico y Temático

De un total de 48 noticias sobre el tema de análisis la violencia vinculada al narcotráfico se encontró en *Frontera* un marco *Episódico* preponderante, al contar con esta característica en 93.75% de la información de la muestra. La estructura episódica toma la forma de un estudio de caso o evento reportado y representa los asuntos públicos a través de situaciones concretas: la violencia la refleja por medio de los asesinatos y secuestros; mientras que el fenómeno narcotráfico se registra exhibiendo las detenciones de los presuntos traficantes o los decomisos. Para Shanto Iyengar (1991) la elaboración episódica de los relatos no sólo afecta a la selección de la red de noticias, sino a las atribuciones de responsabilidad de los ciudadanos para los asuntos públicos. Disminuye las posibilidades de que se reclame a los funcionarios algún asunto y se les pida solucionarlo. Agrega que al disuadir a los públicos de atribuir responsabilidades a los actores políticos de los problemas nacionales (o locales) se disminuye el control de la opinión pública sobre sus representantes y sobre las políticas que aplican. La tipología temática está presente sólo en 6.25%, que representa tres casos de los 48 analizados. Esto significa que la información sobre asuntos de políticas públicas, efectos del narcotráfico en los aspectos político-económico-social están presentes en un nivel mínimo, no representativo.

Conclusiones

La aparición de encuadres en los periódicos analizados muestran peculiaridades al plantear los acontecimientos (Minor, 2016); cada medio presenta las noticias sobre la violencia vinculada al narcotráfico a partir de su posición editorial y características estructurales de redacción y espacio. Mientras que *El Mexicano* lo hace de manera amplia (notas de hasta 15 párrafos), *Frontera* cuenta con el límite de ser un tabloide. Los principales encuadres identificados muestran en *El Mexicano* un diario oficialista que estableció el fenómeno desde dos posturas principales: los acontecimientos de la violencia en Tijuana como una forma de presentar las acciones físicas criminales del narco a manera de acumulado, *la violencia desatada e incontenible principalmente*; la sumatoria, que de acuerdo con Susana Rotker (2000) “no son sino un mal intento de expresar una realidad” (p. 8); por otra parte Nívea (1994), dice que se trata de un efecto de ficcionalización: “relato que reproduce al mismo tiempo varios acontecimientos localizados en lugares diferentes y que son interrelacionados en la redacción del texto” (p. 152). De esta forma se presenta un efecto de violencia ubicua, que está en todas partes. La reproducción del discurso oficial propicia la *legitimidad de las acciones operativas* en contra de estas redes, por parte de las autoridades federales, el Ejército, Marina, Policía Federal, lo que podría establecer una visión autoritaria de atender este fenómeno, basada principalmente en el control.

Frontera presenta los acontecimientos principalmente vinculados a la victimización por la violencia, muertes, asesinatos ataques; a través de micro relatos dados en noticias cortas, estableciendo personajes débiles, niños, ancianos, mamás, inocentes. Además de establecer la contención, las detenciones de miembros del narcotráfico/crimen organizado y aseguramientos de drogas, armas y dinero. Así como las relaciones entre policías y las redes del narcotráfico/crimen organizado, estableciendo la presunta corrupción existente. Se evoca principalmente a los acontecimientos del día a día, como suceso más que retomar discursos públicos, se alimenta de los partes policiacos y necropsias, y de los testigos de los hechos.

Los diarios *El Mexicano* y *Frontera* diversos entre sí, mostraron una postura acrítica del fenómeno, con encuadres principalmente de tipo moral y de conflicto entre los diversos actores participantes. Más allá de plantear desarrollos temáticos como lo señala Iyengar (1991), fueron episódicos, brindaron la noticia del día y la trivialización de la violencia a sus lectores ante una serie de acontecimientos ligados que requiere de mayor atención, en cuanto al tratamiento o prescripción de soluciones éstas fueron imprecisas, realmente no establecieron un desarrollo estratégico de cara a la sociedad. Si bien la violencia en Tijuana en 2011 disminuyó, en este 2017 se ha recrudecido; observar los diarios analizados permite ver la reproducción de las mismas formas de presentar y encuadrar las noticias, la “ola de violencia”, los lugares comunes y la falta de profundidad.

Bibliografía

- Astorga, L. (1996). *Mitología del “narcotráficante” en México*. México: Plaza y Valdés.
- Bateson, G. (1998). *Una teoría del juego y de la fantasía. Pasos hacia una ecología de la mente* (pp. 205-221). Buenos Aires, Argentina: LOHLÉ-Lumen. (Trabajo original publicado en 1988).
- Bennett, W. L. (1995). *News: The politics of illusion*. Nueva York, Estados Unidos: Longman.
- Blancornelas, J. (2006). *El cártel. Los Arellano Félix: la mafia más poderosa en la historia de América Latina*. México: Random House Mandori.
- Bourdieu, P. (1986). *Espacio social y poder simbólico. Cosas dichas* (pp. 127-142). Barcelona, España: Gedisa.
- Capella, J. y Jamieson, K. (1997). *Spiral of cynicism. The press and the public good*. Nueva York, Estados Unidos: Oxford University Press.
- Centro de Estudios Económicos del Sector Empresarial de Mexicali-CEESEM. (2009, 30 de enero). Contrastes en los indicadores de cruces fronterizos en puertos de B.C. *Gaceta Económica*, 7 (343), 4. Mexicali, México.
- Coubès, M. y Silva, A. (2009). Empleo, ingreso y familia. Evolución y crisis en Tijuana. En S. López (Coord.), *Diagnóstico sobre la realidad social, económica y cultural de los entornos locales para el diseño de intervenciones en materia de prevención y erradicación de la violencia en la región norte: el caso de Tijuana, Baja California*. México: Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres/Colegio de la Frontera Norte. Recuperado el 9 de junio de 2011, de <http://cedoc.inmujeres.gob.mx/lgamv/v/conavim/tijuana.pdf>
- De Vreese, C. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal + Document Design*, 13 (1) 51-62. John Benjamins Publishing Company. Disponible en http://www.academia.edu/5116283/51_News_framing_Theory_and_typology
- Entman, R. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), 51-58.
- Entman, R. (2004). *Projections of power. Framing news, public opinion, and U. S. foreign policy*. Estados Unidos: University of Chicago.
- Entman, R., Matthes, J. y Pellicano, L. (2009). Framing politics in the news: Nature, sources and effects. En K. Wahl-Jorgensen y T. Hanitzsch (Eds.), *The handbook of journalism studies* (pp. 175-189). Nueva York/Londres: Routledge.
- Gamson, W., Croteau, D., Hoynes, W. y Sasson, T. (1992). Media images and the social construction of reality. *Annual Review of Sociology*, 18, 373-393.
- Gamson, W. y Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95 (1), 1-37.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: Mass media in the making & unmaking of the new left*. Estados Unidos: University of California Press.
- Goffman, E. (2006). *Frame analysis. Los marcos de la experiencia*. Madrid, España: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona, España: Paidós Comunicación.
- Graber, D. (1993). *Mass media and American politics*. Washington, DC, Estados Unidos: CQ Press.
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago, Estados Unidos: University of Chicago Press.
- Iyengar, S. (1987). Television news and citizens' explanations of national affairs. *American Political Science Review*, 81, 815-831.
- Jamieson, K. (1992). *Dirty politics*. Nueva York, Estados Unidos: Oxford University Press.

- López Rabadán, P. (2010). Nuevas vías para el estudio el framing periodístico: La noción de estrategia de encuadre. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (16), 235-258. Recuperado el 11 de diciembre de 2017, de <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/ESMP1010110235A/11419>
- Matthes, J. (2009, verano). What's in a frame? A content analysis of media framing studies in the world's leading communication journals, 1990-2005. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86 (2), 349-367.
- Matthes, J. y Köhring, M. (2008). The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity. *Journal of Communication*, 58 (2), 258-279.
- Minor, M. (2016). Cobertura y tratamiento informativo de la violencia vinculada al narcotráfico en Tijuana: estrategias de encuadre para su interpretación. El caso de los periódicos tijuaneños *El Mexicano y Frontera* (2008-2011). Tesis de maestría. Universidad de Guadalajara, México.
- Neuman, W., Just, M. y Crigler, A. (1992). *Common knowledge. News and the construction of political meaning*. Chicago, Estados Unidos: University of Chicago Press.
- Nívea, P. (1994). Elementos para una teoría de periodismo sensacionalista. *Comunicación y Sociedad* (21), 137-159.
- Ovalle, L. (2006a). *Entre la indiferencia y satanización. Representaciones del narcotráfico desde la perspectiva de jóvenes universitarios en Tijuana*. Mexicali, Baja California: Universidad Autónoma de Baja California-Departamento de Editorial Universitaria.
- Ovalle, L. (2006b). Las redes transnacionales del narcotráfico y su territorialización en Baja California. En E. Garduño (Coord.), *Cultura, representaciones y agentes sociales*. México: Porrúa/Universidad Autónoma de Baja California.
- Ovalle, L. (2007). "Ajustes de cuentas": sicarios y muerte en Baja California. *Arenas. Revista Sinaloense de Ciencias Sociales* (10), 71-88. México: Universidad de Sinaloa.
- Reese, S. (2008). Prologue-Framing Public Life: A bridging model for media research. En S. Reese, O. H. Gandy y E. August (Eds.), *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah, Estados Unidos: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Reguillo, R. (2000). La construcción social del miedo: narrativa y prácticas urbanas. En S. Rotker (Ed.), *Ciudadanías del miedo*. Caracas, Venezuela: Nueva Sociedad.
- Rotker, S. (Ed.). (2000). *Ciudadanías del miedo*. Caracas, Venezuela: Nueva Sociedad.
- Sádaba, T. (2001). Origen, aplicación y límites de la "teoría del encuadre" (framing) en comunicación. *Comunicación y Sociedad*, XIV (2), 143-175.
- Sádaba, T. (2007). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.
- Sánchez, V. (2011, enero/junio). La actual lucha del gobierno mexicano contra la delincuencia en la frontera con Estados Unidos. *Frontera Norte*, 23 (45), 97-130.
- Sanmartín, J. (2010). Concepto y tipos de violencia. En J. Sanmartín, R. Gutiérrez, J. Martínez y J. L. Vera (Coords.), *Reflexiones sobre la violencia*. México: Siglo XXI Editores/Centro Reina Sofía.
- Semanario Zeta*. (2010a, 1 al 7 de octubre). Investigaciones Zeta, edición 1905.
- Semanario Zeta*. (2010b, 15 al 21 de octubre). Edición 1907.
- Semetko, H. A. y Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50 (2), 93-109.

- Semetko, H. y Valkenburg, P. (1998). On the way to framing effects: A content analysis of frames in the news. Paper presented at the annual meetings of the American Political Science Association, Boston, Estados Unidos.
- Shoemaker, P. y Reese, S. (1996). *Mediating the message. Theories of influences on mass media content*. Estados Unidos: Longman.
- Sierra, A. (2010). ¿Hay una narrativa periodística independiente sobre las drogas? Las curiosas paradojas de la cobertura del narcotráfico. *Cobertura del narcotráfico y el crimen organizado en Latinoamérica y el Caribe*. Estados Unidos: Knight Center for Journalism in the Americas/Universidad de Austin.
- Stratfor Global Intelligence. (2012, 24 de enero). Polarization and sustained violence in Mexico's Cartel War. Reporte Anual México. Austin, Texas, Estados Unidos: Autor.
- Tankard, J., Hendrickson, L., Silberman, J., Bliss, K. y Ghanem, S. (1991). Media frames: Approaches to conceptualization and measurement. Conferencia presentada en la Association for Education in Journalism and Mass Communication, Annual Convention. Boston, Massachusetts, Estados Unidos.
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia. Estudios sobre la construcción de la realidad*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Valkenburg, P., Semetko, H. y De Vreese, C. (1999, octubre). The effects of news frame on readers' thoughts and recall. *Communication Research*, 26 (5), 550-569.
- Žižek, S. (2009). *Sobre la violencia. Seis reflexiones marginales*. Barcelona, España: Paidós.

Los *marcos* del discurso periodístico sobre la migración cubana en el contexto de la Reforma Migratoria en Cuba, en los diarios mexicanos: *La Jornada, El Universal y Reforma*

Yarimis Méndez Pupo¹
Gabriela Gómez Rodríguez²

Palabras clave: Discurso periodístico, marcos, migración, Ley de Reforma Migratoria, Cuba.

Key words: Journalistic discourse, framing, migration, Immigration Reform Law, Cuba.

Líneas introductorias: las motivaciones del estudio

Este capítulo presenta un acercamiento a los resultados del análisis de los discursos mediáticos de los diarios mexicanos *La Jornada*, *El Universal* y *Reforma* en torno al tema de la migración cubana, a partir de la implementación en 2013 de una nueva Ley de Reforma Migratoria en Cuba. La medida emprendida por el gobierno de Raúl Castro, anunciada en 2012 en medio de un contexto de aperturas socioeconómicas en el país caribeño, llamó rápidamente el interés de los medios de comunicación en algunos países del mundo.

La preocupación por conocer lo que se difundía sobre la “realidad” social de Cuba alcanzó particular relevancia en momentos en que los ciudadanos cubanos –después de más de 50 años de restricciones políticas, económicas y sociales– se encontraban inmersos en circunstancias matizadas por la implementación de reformas que daban un giro al devenir del fenómeno migratorio, desde el triunfo de la Revolución el 1 de enero de 1959.

Para comprender la forma en que el tema se constituyó en hecho significativo en el discurso informativo de tres periódicos en México, se partió de entender, primeramente, a la noticia como un discurso producido en un proceso organizado; un discurso que además está cargado de valoraciones e intencionalidades. Se analizan las informaciones desde un paradigma crítico para entender los lazos entre el lenguaje, el discurso y el poder. Considerando las aportaciones de trabajos previos, proponemos un diseño metodológico peculiar para este tipo de estudios.

¹ Egresada de la Maestría en Comunicación y estudiante del Doctorado en Ciencias Sociales, ambos en la Universidad de Guadalajara. Contacto: yarimismendez@gmail.com

² Profesora investigadora titular en el Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara; editora de Comunicación y Sociedad; doctora en Comunicación por Concordia University. Contacto: gabygomez79@gmail.com

Los planteamientos a los que llegó la investigación fueron resultado de transitar varios senderos en el proceso. El primer reto consistió en acercarnos a lógicas mediáticas distintas a las cubanas (en este caso, las mexicanas). En Cuba la prensa responde al control estatal de un único partido: el Partido Comunista de Cuba (PCC). En México, existe una multiplicidad de medios, atravesados por diversos intereses políticos y empresariales. Dentro de este amplio panorama mediático, se seleccionaron tres diarios de referencia nacional que se autodefinen con posturas editoriales distintas. Después de reconocer que variados temas vinculados con la Isla eran motivo de interés para estos rotativos se inició la investigación con la propuesta de un acercamiento a la construcción del acontecer del cubano en *La Jornada*, *El Universal* y *Reforma*. El concepto de “construcción del acontecer” remite al análisis de rutinas productivas en los medios; sin embargo, éstas no eran de interés para la investigación. El *framing* como única perspectiva teórica tampoco alcanzaba a otorgar categorías de análisis amplias para el acercamiento a los discursos de los medios.

Las críticas a la perspectiva del *framing* y la falta de un consenso en el campo sobre cómo implementarla en el examen del discurso periodístico, nos llevaron a continuar en la búsqueda de autores y acercamientos teóricos. Finalmente, en esa pesquisa se llegó a la propuesta del Análisis Crítico del Discurso (ACD) del académico holandés Teun A. Van Dijk (1990, 1999), autor que sugiere un andamiaje teórico-metodológico preciso y minucioso para estudiar los discursos de los medios. Posteriormente, se incorporó la propuesta de Norman Fairclough (2008), por lo que el ACD fue seleccionado como metodología central en el trabajo, aunque el inicial interés por el *framing* no fue desechado; esta perspectiva quedó planteada, entonces, como metodología complementaria para, a partir del análisis lingüístico de los discursos de la prensa, arribar al hallazgo de los marcos (*frames*) específicos desde los que se abordó el tema seleccionado.

El problema de investigación: presentación del objeto de estudio

La relevancia de analizar los discursos de los diarios mexicanos *La Jornada*, *El Universal* y *Reforma* está vinculada con el contexto en el que fueron emitidos. Éstos aparecen cuando el gobierno de Raúl Castro en Cuba desarrollaba un proceso de reformas socioeconómicas para el país. La aprobación del “trabajo por cuenta propia” (pequeños negocios privados), y la creación de cooperativas de trabajo, por ejemplo, estuvieron entre las acciones gubernamentales que se dieron a conocer. En medio de este proceso de cambios, otra de las medidas anunciadas fue la Ley de Reforma Migratoria, sobre la cual se informó en octubre de 2012.

La Ley, que entró en vigor el 14 de enero de 2013, amplió las posibilidades de que los cubanos viajaran por el mundo; se eliminó con ella el procedimiento de solicitud de permiso de salida para los viajes al exterior, y dejó sin efecto el requisito de la “carta de invitación” que debían emitir ciudadanos del país de destino para que los cubanos pudieran salir. Asimismo, dio pie al regreso temporal

de los emigrantes que dejaron ilegalmente el país a partir de 1994, y de aquellos que abandonaron misiones cubanas en el exterior (médicos o deportistas), una vez transcurrido un plazo de ocho años.

Estos acontecimientos se conocieron en el mundo fundamentalmente a través de la información publicada por medios de comunicación internacionales, que para muchos constituye la única ventana a través de la cual se visibiliza lo que ocurre en países distintos al propio.

En uno de los trabajos precursores sobre el flujo de noticias internacionales, titulado “The structure of foreign news”, Galtung y Ruge (1965) acotaron que la imagen que nos creamos del mundo no está sólo moldeada por los medios; también cuentan las impresiones y contactos personales, las relaciones profesionales, o los encuentros diplomáticos; pero la regularidad, ubicuidad y perseverancia de los medios de noticias compiten, en cualquier caso, por el primer puesto en el *ranking* de las instancias formadoras de la imagen sobre lo internacional. De ahí que la presencia o ausencia de notas en la prensa, el uso de una u otras fuentes o géneros periodísticos, o los ángulos que se enfatizan en las informaciones, contribuyan a la creación de opiniones, estereotipos o determinadas cosmovisiones en los públicos.

En particular interesó para la investigación la prensa impresa mexicana, pues sus características como medio permiten que las informaciones se materialicen en un soporte más duradero. Asimismo, otra razón para su elección estuvo en el papel que se atribuye a los periódicos: interpretar, brindar antecedentes o ampliar las noticias que otros medios dan con anterioridad. En el caso de los diarios impresos, son específicamente los periódicos de “referencia” los que más páginas dedican a dar cuenta de lo que consideran son los “acontecimientos más importantes” del momento sobre algunas naciones, en particular, o sobre regiones y culturas del mundo. Aunque es importante tener en cuenta el hecho de que la información que presentan los diarios sobre el acontecer cotidiano de la ciudad en que se publican es tan solo una selección de posibles noticias, dadas las limitaciones de espacio, tiempo y los criterios editoriales de cada publicación.

En el caso de la información internacional, estudios como los de Clemente Penalva (1998) y Uriel Caballero (2004), dan cuenta de que la selección que se realiza en este tipo de noticias es aún más restrictiva. Los estudios teóricos refieren además que esta información tiende a prescindir de explicaciones y antecedentes. Sin embargo, la imagen que nos hacemos de las personas, la cultura o los procesos sociales de otros países está relacionada, en gran parte, con la información periodística que se construye en los medios.

A decir de Penalva (1999), los mapas cognitivos que nos proponen los medios ofrecen un mundo mucho más pequeño que el real, en el que se detectan grandes ausencias y donde sólo algunos países quedan sobrerrepresentados.

En el caso de Cuba, es el único país que en América Latina durante más de 50 años ha apostado por un sistema alternativo al capitalismo. Esto ha llevado a

tratamientos informativos contrastantes sobre su “realidad”, algo que responde en gran medida a las peculiaridades del sistema social desde el cual ésta se lea; encontramos así tratamientos polarizados en la prensa. En los medios estadounidenses, por ejemplo, se refleja a la cubana como una sociedad decadente y obsoleta políticamente; mientras, en los medios de Cuba se muestra su cotidianidad como ideal, con muy pocas contradicciones o matices. Todas estas características hicieron que el presente análisis fuera más interesante.

La Ley de Reforma Migratoria en Cuba: su contexto en 2013

A estos elementos contextuales vinculados al tratamiento mediático de la información sobre Cuba, se incorporan una serie de antecedentes que rodearon la aparición de la nueva Ley, los cuales son necesarios para la presentación y comprensión del objeto de estudio. La posibilidad de salir libremente de ese país ha sido uno de los asuntos más preocupantes para los ciudadanos cubanos y que además, le ha valido fuertes críticas al gobierno por parte de la opinión pública internacional.

Los acontecimientos asociados a la política migratoria cubana y las historias derivadas de ello han sido noticia desde que, tras el triunfo de la Revolución en 1959, muchos cubanos en desacuerdo con el proyecto naciente, decidieran radicarse en Miami. En ese primer año de la Revolución tuvo lugar la emigración de familias enteras, muchas de las cuales estaban ligadas a los anteriores gobiernos, política y económicamente. Poco tiempo después, la aprobación de la Ley de Ajuste Cubano, por el Congreso de los Estados Unidos el 2 de noviembre de 1966, ofrecería un estatus legal ordenado a los inmigrantes cubanos: la posibilidad de obtener la residencia permanente al año y un día de haber llegado a territorio estadounidense.³

La académica del Departamento de Lenguas Modernas en Texas State University, Tanya Weimer (2008), describe de la siguiente manera las clasificaciones que adquirirían en ese contexto quienes emigraban del país:

En las primeras dos décadas de la Revolución, los que salen de la Isla se denominan “exiliados” en el discurso dominado por la comunidad de Miami, y como “gusanos” y “contrarrevolucionarios” en el discurso oficial cubano (p. 39).

Incluso en la década de los ochenta, precisa Weimer (2008), los emigrados eran vistos en el país como enemigos; tener relaciones con familiares o amigos en el extranjero era un motivo de sanción en Cuba, lo cual conllevaba al descrédito político y social.

A lo largo de los años ochenta y noventa se dio en Cuba el fenómeno de los balseros; es decir, los éxodos de cubanos que de manera ilegal salían en balsas del país. Las limitaciones que las autoridades migratorias cubanas imponían –se reser-

³ En enero de 2017 la administración de Barack Obama anuló la Ley que por más de 50 años había ofrecido ese estatus legal exclusivo a los ciudadanos cubanos.

vaban la potestad de determinar a quién le otorgaban un permiso de salida para viajar, y restringían por sólo 11 meses la estancia en el exterior—llevaron a que en los años ochenta aumentara el número de ciudadanos que decidieran salirse de la Isla ilegalmente. En esa fecha tuvo lugar la conocida “Crisis del Mariel”. Muchos de los denominados “balseros” se lanzaron al mar hacia Estados Unidos, en busca de la posibilidad de establecerse o trabajar en ese país, en esencia por razones económicas y políticas. Estos cubanos que salían de manera irregular, quedaban imposibilitados de volver a territorio nacional por tiempo indefinido.

La investigadora del Centro de Estudios de Migraciones Internacionales de La Habana, Magali Martín Quijano (2005), destaca los matices que han rodeado a estos acontecimientos:

Esta emigración se ha caracterizado por la ocurrencia de oleadas migratorias asociadas al otorgamiento o no de visas por parte de Estados Unidos, la adopción de las medidas legales de Cuba para la regulación de las entradas y salidas del país, la suscripción de acuerdos entre los dos países ante las situaciones de crisis que se han presentado en distintos momentos y por los cambios en la política migratoria cubana y en su política hacia la emigración (p. 6).

En los años noventa, las dificultades que provocó el derrumbe del campo socialista, en la antigua Unión Soviética, fueron también un catalizador para el fenómeno de la migración ilegal. En medio de la grave situación económica en que se encontraba el país se sucedieron en la Isla intentos de secuestro de barcos remolcadores en la bahía de La Habana, a lo que el entonces presidente cubano Fidel Castro respondió retirando a los guardacostas para cederle paso a todo aquel que quisiera emigrar hacia Estados Unidos por vía marítima. Así se generó la conocida “crisis balsera de agosto de 1994”, una de las de mayor envergadura en la historia del país, durante la cual se incrementaron ostensiblemente las salidas ilegales. Estas sucesivas crisis, así como las restricciones para los viajes legales, impuestas por años por la política gubernamental cubana, han vuelto peculiar al fenómeno de la emigración isleña. Ha estado signado tanto por la imposibilidad del cubano de salir libremente, como por la indefinición del regreso del emigrante.

Por ello, el anuncio el 16 octubre de 2012 en la Gaceta Oficial de Cuba de una ley que modificaba la número 1312 “Ley de Migración”, del 20 de septiembre de 1976, se convirtió rápidamente en un acontecimiento que generó gran interés entre los medios de prensa de distintos países. La Reforma vino a derogar una ordenanza que contemplaba incluso que a aquellos que eran declarados como emigrados sin derecho a volver al país se les podía privar de sus viviendas y todo tipo de bienes. Luego de más de cinco décadas de restricciones al respecto, se anunció una flexibilización muy demandada por los cubanos y la opinión pública internacional. Los distintos medios de prensa dieron cobertura al asunto, inmediatamente después de que se anunciara la Ley en Cuba.

Abordaje teórico-metodológico de la investigación

Los discursos de la prensa han sido abordados desde múltiples perspectivas teóricas. Resultados de investigaciones consultadas revelaron la importancia de trazar diseños teóricos-metodológicos que se enfoquen en explicar, por ejemplo, desde dónde se propone a los lectores mexicanos determinados discursos sobre una nación o cultura específica, o bien cómo se establecen vínculos entre estos discursos y el contexto en el que se emiten. La revisión de la literatura existente sobre el tema apuntó hacia lo valioso de asumir posicionamientos críticos frente a los contenidos mediáticos.

Los autores con los que se dialogó para el análisis proponen producir descripciones de las unidades de uso del lenguaje, para encontrar en ellas las estructuras persuasivas que subyacen y desde las que se enfocan los distintos acontecimientos noticiados. De este modo, como eje metódico principal para analizar el *corpus* se seleccionó el ACD, basado en la propuesta de Teun A. Van Dijk (1990). Se tuvo en cuenta que este tipo de análisis permite el estudio del papel que desempeña el discurso en la legitimación de ideologías, valores y saberes.

Este análisis considera el discurso de los medios, y por lo tanto también a la noticia, como una forma particular de práctica social e institucional. Esta práctica discursiva de la producción o de la recepción de la noticia puede analizarse teóricamente en dos componentes principales: un componente textual y un componente contextual (p. 250).

El ACD, según Van Dijk (1990) describe, es un enfoque teórico y metodológico en el que tanto texto como contexto son elementos primordiales. En términos más puntuales el autor sugiere que:

como las oraciones, el discurso puede mostrar estructuras que tienen una naturaleza sistemática, gobernada por reglas, en tanto que –nuevamente, como las oraciones– también puede mostrar propiedades que son en gran medida ad hoc, individuales y determinadas por un contexto (p. 45).

El académico holandés propone un análisis pormenorizado de aquellas estructuras que sean relevantes para el estudio de una cuestión social, pues está particularmente interesado en el examen detallado de las conexiones que median entre las estructuras del discurso y las estructuras de la sociedad. No obstante, Van Dijk deja abierta la libertad de elegir, de manera flexible, cuáles de las categorías de análisis que propone se avienen mejor a los objetivos de cada investigación.

Al partir de entender al discurso como una construcción social, donde texto y contexto son unidades indisolubles, se puede trazar un punto de contacto con la perspectiva teórica del *framing* en comunicación, desde la cual se enfatiza que los periodistas, como parte del ejercicio de la profesión, despliegan una representación

del acontecimiento; encuadran aspectos de la realidad y los hacen sobresalientes o no en el texto que publican.

Por ello, para el análisis del *corpus*, se sumó la perspectiva teórica del *framing* o enmarcamiento de la noticia, orientada en esta ocasión a las particularidades del discurso de la prensa escrita. El profesor estadounidense Robert Entman (1993) considera, al referirse a los medios de comunicación y al *framing*, que:

encuadrar es seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y hacerlos más prominentes en un texto que se comunica, de tal manera que se promueve una definición particular del problema, una interpretación causal, una valoración moral y/o una recomendación para el tratamiento del ítem que se describe (p. 52).

Así, en este enfoque los medios son vistos como organizaciones desde las que se construyen determinados marcos que establecen en qué consiste un acontecimiento, a través del proceso de selección, exclusión, énfasis y elaboración de la noticia. Interesó con su aplicación el análisis de titulares y *leads* como unidades observables, pues según los manuales de la profesión y los saberes compartidos por los profesionales del periodismo, en ellos se debe concentrar lo más importante de la información; éstos dan cuenta de la relevancia del tema. En el caso específico de las noticias internacionales, tanto titulares como encabezados tienden a ser más directos y apegados a las reglas de los manuales de estilo.

Quedó así perfilado el estudio e interpretación de los datos. Ambas perspectivas buscan revelar los significados latentes que se ofrecen sobre el asunto, las interpretaciones que se presentan a los lectores, y brindan herramientas que llevan a la aplicación de instrumentos de investigación que permiten describir procesos de significaciones y propuestas de sentido, con lo cual resultan complementarias y, a la vez, dan cabida al análisis comparativo de varios medios de comunicación.

En síntesis, este estudio, basado en la propuesta teórico-metodológica del ACD, y complementada con la perspectiva del *framing* en comunicación, posibilitó un acercamiento más exhaustivo a cómo los discursos de la prensa ordenan, instituyen e influyen nuestra interpretación de la realidad social.

Características del *corpus* de análisis

Dentro de un universo mucho más amplio, constituido por el total de notas encontradas en la revisión de nueve meses de publicaciones —entre octubre de 2012 y mayo de 2013— de los diarios *La Jornada*, *El Universal* y *Reforma*, los discursos periodísticos que se tuvieron en cuenta tienen las siguientes características:

- La muestra de un total de 28 notas está integrada por: 9 de *La Jornada*, 9 de *El Universal* y 10 de *Reforma*, publicadas en las ediciones impresas de estos diarios.
- Hacen alusión al tema de la migración cubana en el contexto de la nueva Ley de Reforma Migratoria en Cuba.

- Responden a las características del género periodístico “nota informativa”, y dentro de éste específicamente, interesaron titulares, sumarios y encabezados de las informaciones para su estudio e interpretación a partir de las herramientas del ACD y la perspectiva del *framing* en comunicación.
- Se seleccionaron los titulares como unidades de análisis pues son los enunciados que nombran al discurso periodístico y que pueden dar cuenta de la preeminencia de un tema. El titular aparentemente actúa como resumen del texto de la noticia (Van Dijk, 1990).
- Se incluyó también el sumario o bajante pues éste añade al titular datos “importantes”, a modo de adelantos que después se deben ampliar en el cuerpo del discurso. Mientras, la elección del *lead* o encabezado de la información estuvo asociada al hecho de que sea éste el primer párrafo del discurso periodístico, donde, al igual que en los titulares, deben concentrarse los temas principales. “Definen la situación total e indican al lector un significado totalizador preferente del texto” (Van Dijk, 1990: 67).
- De las 28 notas que constituyeron la muestra, 14 contaron con fotografías: 3 correspondieron a *La Jornada*, 5 a *El Universal* y 9 a *Reforma*; es éste último el único entre los tres diarios que llega a utilizar más de una imagen en sus discursos. En total se analizaron 17 fotografías.

La Jornada, El Universal y Reforma, tres diarios de referencia nacional

Los tres rotativos que se incluyeron en el estudio se imprimen en la Ciudad de México y se autodefinen desde diversas inclinaciones políticas. Estos casos fueron seleccionados por su singularidad y variedad; se trata de diarios de referencia nacional, significativos y visibles en México, de gran peso social y político en las esferas públicas.

El objetivo puntual de compararlos respondió a la intención de acercarnos a un contexto mediático amplio. Esto posibilitó un análisis más agudo sobre lo que enfatizaron y presentaron los periódicos –desde posturas editoriales distintas– a los lectores mexicanos.

El Universal es el periódico más antiguo de la Ciudad de México; cuenta con gran visibilidad y circulación entre los medios de prensa nacionales. Entre sus postulados señalan que mantiene la independencia editorial en función de intereses económicos, políticos, religiosos y de cualquier otro orden, para estar libre de obligaciones y presiones que obstruyan su misión periodística.

La académica Silvia Gutiérrez (2010) precisa sobre el diario:

El Universal fue fundado por el legislador constituyente Félix F. Palavicini, en 1916; durante muchos años fue el medio del oficialismo del gobierno, pero a partir de que Juan Francisco Ealy Ortiz tomó la dirección del diario, ha tratado de dar una línea más plural, tiene un formato más extenso (p. 191).

Sin embargo, agrega la autora, aunque resalte entre sus parámetros deontológicos la independencia editorial como criterio, *El Universal* continúa asumiéndose como un periódico de centro, más cercano a la clase política.

Por su parte, *La Jornada* nació el 19 de septiembre de 1984. En su concepción participaron intelectuales y militantes liberales y de izquierda. Se define en sus páginas como un “medio realmente independiente del poder”. Da cobertura y visibilidad a diversas gestas, situaciones políticas y sociales, tanto nacionales como internacionales. Desde una orientación democrática y social, sus periodistas destacan que en sus páginas persiguen dar cabida a las expresiones de pluralidad y diversidad, aunque su tendencia ideológica ha sido fundamentalmente hacia la izquierda.

Durante muchos años este rotativo se ha caracterizado por sus críticas y denuncias a los grupos en el poder, así como por su apoyo a las causas populares y movimientos sociales. Tiene un formato tabloide y después de *El Universal*, *Reforma* y *Milenio Diario*, ocupa el cuarto lugar nacional en tiraje y el tercero en el Distrito Federal (Portilla, 2013).

El tercer diario que interesó en el estudio, *Reforma*, es otro de los periódicos de gran circulación en la Ciudad de México, perteneciente al Grupo Reforma. “La calidad de su diseño y la colaboración de escritores de experiencia y firmas reconocidas, le han permitido a ese diario colarse entre la media docena de periódicos más leídos en las élites decisoras en México” (Trejo, 1996: 43).

Como parte de su política editorial *Reforma* propuso (al menos en concepto) un modelo de periodismo abierto, con la participación activa de la comunidad. Aunque, ante esto, Trejo (1996) destaca que en la práctica la ideología del periódico dista de estar comprometida con las libertades públicas.

Las particularidades antes descritas nos brindaron argumentos que fueron centrales en la elección de los tres diarios como casos de estudio. A las ideas citadas se suma además la observación de la académica española Montserrat Jurado (2010), quien apunta que los tres periódicos forman parte del grupo de medios que representaron un gran impulso en la historia del periodismo mexicano, y que hoy en día son un espejo muy representativo de las diferentes ideologías de la opinión pública.

Hallazgos de la investigación: discusión e interpretación de los resultados

Los discursos de la prensa analizados fueron publicados en un contexto de renacimiento de las relaciones bilaterales entre Cuba y México. En contextos de conflicto (como el que protagonizaron Vicente Fox y Fidel Castro), las investigaciones previas señalaron que la política editorial del medio guiaba la toma de partido por uno u otro mandatario. En este caso, el análisis permitió corroborar que también en medio del vínculo cordial que ha tratado de favorecer la administración priísta de Enrique Peña Nieto, se comprobaron diferencias similares a las que había encontrado Irene Fonte (2008) entre los diarios, en su estudio: “Un estudio pragmático del conflicto político mexicano-cubano (2004) en la prensa”.

La Jornada, por acercamiento ideológico, abordó el tema priorizando fundamentalmente la postura oficial cubana y reforzó la imagen del actor político involucrado en los acontecimientos: gobierno, dirigentes, instituciones gubernamentales; aunque en su discurso subyazcan a veces contradicciones entre titulares y encabezados que pueden estar asociadas al recurrente interés de la prensa extranjera por mostrar lo relativo al país caribeño desde aristas polémicas.

Por su parte, *El Universal* y *Reforma* propusieron discursos más críticos hacia el sistema gubernamental cubano. Es *Reforma* el medio que dio mayor protagonismo a los testimonios de los actores sociales implicados; sin embargo, no escapa de la presentación genérica del actor social, de la representación ciudadana mediante colectivos, que resultó común a los tres diarios. Bajo las etiquetas de “nacionales”, “emigrados”, “ciudadanos” se representa una opinión particular como el sentir de la mayoría de los cubanos, tal como si la medida afectara a todos por igual, o como si no hubiera divergencias en la manera en que fue recibida.

Se hizo notorio que el órgano de prensa oficial cubano, el periódico *Granma*, apareció con más fuerza, marcando pautas y lineamientos en el discurso de *La Jornada*, donde efectivamente se hizo extensiva la visión transmitida sobre el hecho desde la Isla, a través de imágenes y citas directas a este rotativo y a otras voces oficiales; a diferencia de *El Universal* y *Reforma*, que apelaron mayormente a voces opositoras al gobierno cubano. Para ampliar este aspecto retomamos a Fairclough (2008) y sus disertaciones teóricas sobre el ACD. El académico destaca que aparecen en el discurso periodístico huellas del proceso de producción, y sobre la base de esas “señales del texto” opera entonces el proceso interpretativo.

En relación con las razones que convierten a *Granma* en fuente priorizada por los medios de prensa foráneos la corresponsal de *Reforma*, Yolanda Martínez,⁴ apunta que peculiaridades del proceso de producción de noticias en Cuba, como los trámites burocráticos y lentos que hay que seguir para hacer una entrevista o acceder a una fuente, o las trabas que impone el Centro de Prensa Internacional (CPI) para llegar hasta los funcionarios públicos, llevan a que finalmente sea la voz oficial la que prevalezca (Y. Martínez, comunicación personal, enero de 2013).

Estas singularidades que destaca Martínez, aunadas a los resultados que arrojaron los análisis de los datos, enriquecieron mucho más los puntos de partida. Se inició planteando la hipótesis de que el tema de la migración cubana se aborda en el discurso de estos diarios fundamentalmente a través del matiz de la política gubernamental, algo relacionado al contexto de control de la información que existe en Cuba. Aunque con matices, como los señalados para cada medio, podemos concluir que la mirada efectivamente se enfocó hacia la acción de la institución burocrática, a partir de la alusión directa y personalizada al actor político, o a partir del “Cuba” metafórico que se hizo tan recurrente en estos discursos.

⁴ Entrevista realizada para esta investigación en Cuba, en enero de 2013.

Muchos de los entramados complejos del problema, los trasfondos conflictivos e históricos y también, los retos que supone la política migratoria para los actores sociales en materia económica, quedaron relegados a un segundo plano. Estos discursos reducen en gran medida la complejidad sociocultural del fenómeno, quedan fuera causas, consecuencias, cuestionamientos sobre hacia dónde se dirige una reforma como la aprobada en materia social y con ello, otras tantas múltiples aristas que de ahí derivan. Por encima de esto, los diarios propusieron como central en su abordaje el contraste gobierno-ciudadanos, ángulo desde el cual muchas veces se leen en la prensa extranjera las noticias que se asocian al país.

También fue interesante comprobar cómo desde la imagen se reforzaron estructuras favorecidas por los discursos textuales. Así, las temáticas visuales que aparecieron en las fotografías seleccionadas por los tres medios fueron: búsqueda de información, ciudadanía congregada y expectante (filas), emigración ilegal, generación seguidora de la ideología revolucionaria, regreso al país, trámites migratorios, Yoani Sánchez, ciudadanos opinan. Llamó la atención que en los tres diarios al menos una fotografía se dedicó a mostrar las largas filas de los cubanos frente a las embajadas u oficinas migratorias del país. La imagen más repetida en la muestra: la de cubanos expectantes para realizar trámites o indagar sobre ellos.

Figura 1
La Jornada,
17 de octubre de 2012



Figura 2
El Universal,
17 de octubre de 2012



Los resultados del ACD mostraron también los cuatro principales marcos que aparecieron en la cobertura que dieron *La Jornada*, *El Universal* y *Reforma* a la implementación y puesta en marcha de la Ley de Reforma Migratoria en Cuba. Estos fueron: “voz ciudadana opositora al gobierno”, “conflicto gobierno-ciudadanos”, “ciudadanía congregada y expectante” y “atribución de responsabilidad gubernamental”.

Figura 3
Reforma, 15 de enero de 2013



Estos marcos, analizados a la par de lo que Teun A. Van Dijk (1990) denomina como contexto sociocultural, adquieren su real significación si atendemos a las circunstancias concretas de emisión, en las que influyen, además de lo señalado sobre el devenir de las relaciones bilaterales entre Cuba y México, los modos en que la prensa mexicana ha dado cobertura tradicionalmente a otros temas vinculados a la Isla.

En este punto es importante recordar que la mayor parte de las empresas periodísticas en México son negocios que esperan obtener ganancias o poder político.

La información contenida en periódicos o revistas, ha sido concebida y elaborada como parte de un discurso que se ofrece para su venta, por compra directa o suscripción, a un variado universo de lectores. En una sociedad capitalista, los periódicos poseen, ante todo, el carácter de una industria en la que la mercancía prefabricada será dar cuenta de la realidad (Salgado, 2009: 22).

De ahí también que encontremos paradigmas muy socorridos en los discursos que se vinculan a Cuba, tal vez como garantía de ventas para los rotativos: la gestión de la institución burocrática; la representación de una ciudadanía conglomerada, o la pugna constante entre el gobierno y sus ciudadanos, son enfoques privilegiados por estos medios como modo de atraer la atención de sus lectores e indirectamente también la de sus publicistas.

En estos marcos estructuraron los periodistas el significado del hecho y evidenciaron, tal como reflejaron los fundamentos expuestos en la obra de otros autores con los que también se debatió, como la académica española Teresa Sádaba (2008) o el profesor norteamericano Robert Entman (1993), que tanto lo que seleccionan los medios como lo que dejan de seleccionar son indicadores sobre cómo pensar el mundo o sobre qué se propone a los lectores para que piensen hechos concretos en el mundo.

Así como lo dicho en la prensa mexicana, lo no dicho, lo que queda omitido en estos discursos sobre la Ley de Reforma Migratoria en Cuba y la emigración cubana, en tanto fenómeno con sus particularidades y matices en la Isla, nos remite también a un terreno fértil que pudiera continuar explorándose. Se entiende, no obstante, que los textos son polisémicos y que, por tanto, pueden ser interpretados desde diversas miradas. Entonces, quedan abiertas con el estudio líneas de investigación que pueden ser retomadas y enriquecidas bajo los lentes de otros enfoques teóricos y metodológicos.

Resultados de investigación: líneas conclusivas

Difícilmente a un tema como el que motivó estas líneas pueda ponérsele un punto final. Los diarios mexicanos estudiados durante un periodo específico de tiempo han continuado actualizando a los lectores su cobertura sobre el devenir de la nueva política migratoria en la Isla y sobre acontecimientos recientes como la derogación de la Ley de Ajuste Cubano, en enero de 2017. En Cuba, la que denominara *El Universal* como “esperada Reforma” aún no cumple con todas las expectativas que los medios internacionales de prensa depositaron sobre ella y tampoco satisface los anhelos de los ciudadanos en materia migratoria.

Así lo evidenciaron noticias publicadas en el mes de abril de 2014, en las que se dio a conocer que las autoridades cubanas decidieron aumentar los precios de todos los trámites migratorios, servicios consulares y legalización de documentos para los nacionales, quienes tienen que pagar desorbitantes cifras que van desde los 25 a 350 pesos convertibles (CUC) –lo que es equivalente a la misma cantidad en dólares estadounidenses– para así poder hacer uso de servicios que les permitan salir de viaje, en un país donde el salario medio de los cubanos no llega en promedio a los 20 CUC mensuales.

Estos problemas que se han derivado de la puesta en marcha de la Ley no siempre aparecen reflejados, argumentados o contrastados en los medios de comunicación, a veces por cuestiones de espacio, por intereses editoriales o por las disímiles influencias que existen alrededor del flujo de noticias internacionales. Aunque son finalmente los lectores quienes completan el sentido de cada nota, es un hecho que los discursos emitidos desde el seno de los medios de comunicación, en tanto tipo específico de práctica social, influyen en situaciones concretas, en las representaciones que puedan hacerse sobre distintas realidades. Si estas cosmovisiones que generan las noticias están además vinculadas a un fenómeno que atañe de manera sensible a nuestro contexto geográfico –la emigración y los emigrantes–, entonces son muchas las razones para analizar los discursos mediáticos desde miradas críticas.

Esa fue la intención que se persiguió durante todo el estudio. Los análisis, descripciones e interpretaciones esbozadas giraron en torno del objetivo central: analizar cómo cada uno de los diarios que integró la muestra seleccionada para el estudio discursó sobre el anuncio e implementación de la nueva Ley de Reforma Migratoria en Cuba, entre los meses de octubre de 2012 y mayo de 2013.

Como una primera conclusión es posible destacar que, como ya había señalado la literatura previa, elementos contextuales que se hicieron presentes en discursos mediáticos vinculados a Cuba durante otras coyunturas, también marcaron la cobertura de este hecho en particular. Nuevamente *La Jornada*, el periódico cuyo discurso simpatiza con las izquierdas del continente, brindó un mayor espacio a la voz oficial del país, funcionarios y prensa cubana, mientras *El Universal* y *Reforma* apelaron en mayor medida a las voces “alternativas” de los sujetos opositores al gobierno y a la de los propios ciudadanos cubanos, algo que también resultó coherente con las posturas asumidas en coberturas anteriores y con su propia política editorial.

El empleo de estructuras textuales y gráficas, analizadas a partir de categorías como tematización, metaforización, selecciones léxicas, presentación de los actores implicados y selección de imágenes y pie de fotos, hizo notable en los discursos de los tres diarios el reforzamiento de la contraposición entre el actor político y el actor social. El método del ACD, complementado en esta ocasión por la perspectiva del *framing* en comunicación, expuso que en estos discursos se vinculó el tema fundamentalmente a la gestión gubernamental cubana. El control estatal sobre los ciudadanos en materia migratoria es un punto de atracción noticiosa. Incluso cuando en las noticias los periodistas intentan acercarse a la repercusión social del hecho mediante los testimonios de los actores sociales, se percibe como trasfondo el interés de mostrar conflicto con el gobierno, enfrentamientos y discrepancias hacia su política interventora por sobre otras dimensiones del acontecimiento, o el énfasis en las múltiples respuestas que aún no encuentran los ciudadanos cubanos con esta Ley migratoria.

Al establecer la comparación entre los tres periódicos se advirtió que el resultado antes plasmado se evidencia más cuanto mayor es la inclinación del discurso hacia la derecha. *El Universal* y *Reforma* son más radicales en sus notas para referirse al actor político o a las voces opositoras que citan; en tanto *La Jornada*, en esta ocasión, también continuó apegándose al discurso emitido desde la Isla.

Es importante resaltar lo valioso de haber complementado el ACD, como método principal de la investigación, con la perspectiva teórica del *framing* en comunicación; un camino elegido que además de resultar novedoso para este tipo de estudios, mostró que llevar el análisis de las estructuras discursivas y gráficas de la mano de una mirada metodológica multidimensionada permite llegar al reconocimiento de clasificaciones de marcos noticiosos ya existentes, e incluso posibilita enriquecerlas como otra variante para enfocar las investigaciones que se interesan por conocer desde dónde se posiciona al lector un tema determinado.

Igualmente, como parte del mismo proceso de análisis de esta investigación surgieron otras interrogantes que pudieran atenderse en estudios futuros para llegar al examen de aristas que aún no han sido abordadas ni en la presente ni en estudios previos. Ejemplos de preguntas generales que quedan abiertas a partir de este análisis son: ¿cómo se construye discursivamente a la emigración cubana

teniendo en cuenta dos coyunturas distintas para el país: la crisis balsera de 1994 y la derogación de la Ley de Ajuste cubano (enero de 2017)?, y, ¿cómo se representa al emigrante en el contexto mediático mexicano para ambas coyunturas?

La emigración cubana desde la década de los noventa ha mostrado un auge considerable hacia México y muchas veces aparece representada bajo las etiquetas o categorías de un tratamiento informativo que se vincula frecuentemente a estereotipos. El tema estudiado no escapó de la presencia de clichés que aparecieron con insistencia en los textos: las largas filas, los conglomerados de personas, o la imagen de figuras específicas de oposición al gobierno (Yoani Sánchez), construcciones que remiten a la idea de una comunidad en conflicto, decadente.

Sin embargo, en la que constituye también una construcción discursiva sobre lo nacional, se omiten otras imágenes y temáticas que pudieran mostrar trasfondos complejos del asunto. Es necesario citar grandes temas como la coerción a las libertades personales; las limitaciones económicas de la mayoría de los cubanos para salir de viaje, o la prohibición de que regresen al país aquellos emigrantes a los que el gobierno considera desertores políticos.

Dar continuidad a investigaciones que se acerquen al tema, enfocar la mirada sobre lo que omite y descontextualiza la prensa, enriquecería un área de estudios sobre el discurso que intenta contribuir, no sólo al campo de las Ciencias Sociales, sino también a un enfoque que se piensa en función de la resolución y demanda de problemáticas sociales. Quedan así abiertos muchos caminos con esta investigación, caminos que invitamos a ser desandados.

Recomendaciones que nos deja el alcance del estudio

Como parte de los resultados nos permitimos hacer algunas recomendaciones a aquellos investigadores que emprendan proyectos que de algún modo tengan puntos de contacto con el tema, o a quienes se interesen por continuar las líneas trazadas.

Fue objetivo de este estudio analizar la estructura textual y gráfica de la prensa. Sin embargo, dentro de ese análisis quedaron fuera elementos que también añaden significación al discurso periodístico. Podrían mencionarse los recursos tipográficos (tamaño y tipo de letra, uso de negritas o cursivas, entrecomillados, recuadros, color, etcétera). Autores como Salgado (2009) recomiendan ver el análisis de la prensa en su total interdependencia de elementos lingüísticos, gráficos y semióticos, con lo cual pudiéramos arribar a un análisis más integral del discurso.

Como una sugerencia entonces se propone incluir en la continuidad de este estudio o en tesis similares, el examen de elementos tales como tipografía, colocación de la nota dentro del diario, o lugar que ocupa en la misma el texto, por solo citar algunos ejemplos que también remiten al poder simbólico que construyen los medios de comunicación.

A su vez, subcategorías de análisis como actores implicados en el acontecimiento y estructuras participativas, pueden constituir por sí solas temas a desarrollar con mayor profundidad en próximos estudios. Podrían proponerse nuevas

preguntas de investigación y ampliar por tanto objetivos, entre los que, como una preocupante principal se indague por la manera en que se representan cubanas y cubanos emigrados en la prensa mexicana.

Sugerimos que los resultados de aquellos estudios sobre contenidos mediáticos que apliquen una perspectiva teórica-metodológica como la del ACD o el *framing* en comunicación, se den a conocer en diversas publicaciones y no sólo de carácter académico. La socialización de sus hallazgos puede contribuir a la labor de los periodistas; les permitiría manejar y analizar de modo crítico los diferentes recursos del lenguaje que emplean en la construcción de las noticias. Asimismo, pudieran impartirse conferencias y talleres sobre estos temas, en el programa de la Licenciatura en Periodismo o Comunicación Social, en asignaturas afines como Análisis del Discurso Periodístico, Deontología del Periodismo o Redacción.

Igualmente, se propone ampliar la muestra seleccionada para el estudio, e incluir el seguimiento a otras coyunturas importantes sobre el fenómeno migratorio cubano, tanto a partir del año 2014, como de fechas pasadas, de etapas de crisis migratorias como la de 1994, con el propósito de establecer la comparación entre diferentes coberturas mediáticas al tema y dar seguimiento a los resultados expuestos en la investigación. Las preguntas y objetivos que nos trazamos pudieran además extenderse al estudio de otros espacios informativos, de radio y televisión, para ver cómo se comportan los indicadores establecidos para medios que responden a otras peculiaridades y lenguajes.

Bibliografía

- Caballero, U. (2004). Representación del mundo en la prensa mexicana: un estudio longitudinal. Tesis de doctorado no publicada. Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- Entman, R. M. (1993, diciembre). *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*. *Journal of Communication*, 43 (4), 51-58.
- Fairclough, N. (2008). El análisis crítico del discurso y la mercantilización del discurso público: las universidades. *Discurso & Sociedad*, 2 (1), 170-185.
- Fonte, I. (2008). Un estudio pragmático del conflicto político mexicano-cubano (2004) en la prensa. *Discurso & Sociedad*, 2 (1), 86-114.
- Galtung, J. y Ruge M. H. (1965). The structure of foreign news. *Journal of Peace Research*, 1 (2), 64-91. Recuperado el 15 de febrero de 2013, de <http://www.jstor.org/stable/423011>
- Gutiérrez, S. (2010). Discurso periodístico: una propuesta analítica. *Revista Comunicación y Sociedad* (14), 169-198.
- Jurado, M. (2010). Géneros periodísticos y estilo temático de los periódicos mexicanos: *Reforma, El Universal y La Jornada*. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 32 (XVI), 63-105.
- Martín, M. (2005, agosto). Migración Cuba-México. La Habana Cuba: Centro de Estudios de Migraciones Internacionales. Recuperado el 12 de diciembre de 2017, de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cuba/cemi/migcums.pdf>
- Méndez, Y. (2014). El discurso periodístico y sus “marcos” sobre la emigración cubana, en el contexto de la Ley de Reforma Migratoria en Cuba: un estudio de los diarios mexicanos *La Jornada, El Universal y Reforma*. Tesis de

- maestría no publicada. Universidad de Guadalajara, México.
- Penalva, C. (1998). Desigualdad entre las naciones y noticias internacionales. Tesis de doctorado no publicada. Universidad de Alicante, España.
- Penalva, C. (1999). La selección de noticias como indicador de desigualdad entre naciones, *Papers* (59), 155-172.
- Portilla, R. (2013). La guerra contra el narcotráfico en la prensa mexicana. Un estudio del tratamiento informativo (*framing*) en la cobertura de *El Universal*, *La Jornada* y *Milenio Diario*. Tesis de maestría no publicada. Universidad de Guadalajara, México.
- Sádaba, T. (2001). Origen, aplicación y límites de la “teoría del encuadre” (*framing*) en comunicación. *Revista Comunicación y Sociedad*, XIV (2), 143-175.
- Sádaba, T. (2008). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo medios*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.
- Salgado, E. (2009). *¿Qué dicen los periódicos? Reflexiones y propuestas para el análisis de la prensa escrita*. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Trejo, R. (1996). Prensa y gobierno: las relaciones perversas. Los medios, espacios y actores de la política en México. *Revista Comunicación y Sociedad* (25-26), 35-55.
- Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso*. Barcelona, España: Paidós.
- Van Dijk, T. (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos* (186), 23-36.
- Weimer, T. N. (2008). *La diáspora cubana en México: terceros espacios y miradas excéntricas*. Nueva York, Estados Unidos: Peter Lang.

Una mirada a las rutinas no convencionales de producción periodística en México

Salvador De León Vázquez¹

Palabras clave: Rutinas periodísticas, financiamiento, agenda.

Key words: News production routines, funding, agenda.

Este trabajo se desprende de los enfoques del estudio sociológico del periodismo (*Newsmaking Studies*), aunque reflexionando con otros matices algunos de sus postulados. Esta perspectiva busca identificar qué significan las noticias a partir de las prácticas de su producción. Para ello toma en cuenta el contexto de la industria informativa como sector empresarial, las relaciones con las instancias gubernamentales, los procedimientos profesionalizados, estandarizados y rentables para la producción de noticias, los criterios o valores bajo los cuales los periodistas producen, seleccionan y organizan las noticias, así como las características de estos profesionales y las fuentes informativas con las que ellos se relacionan (Schudson, 1997). Conforme se han incorporado nuevos elementos a la producción periodística –por ejemplo, las innovaciones tecnológicas– la perspectiva se ha ido actualizando en su cuerpo teórico y en sus hallazgos. El enfoque es interaccionista, por lo que la forma de acercarse a estos procesos suele ser cualitativa, principalmente de tipo etnográfico.

Los estudios realizados bajo estos parámetros dan cuenta de los procedimientos de la industria mediática dominante o *mainstream*. Esta propuesta en cambio, busca identificar lo que sucede con el periodismo alternativo o independiente, que llamaremos así para diferenciarlo del producido por la industria mediática dominante. Este término no significa periodismo de menor calidad, sino esfuerzos independientes² de periodistas profesionalizados y articulados en red con otros periodistas y medios de las mismas características dentro y fuera del país, en una búsqueda por reivindicar la función social del periodismo como vigilante del entorno para denunciar los abusos. La hipótesis que subyace a esta decisión en la orientación de la investigación es que este tipo de periodismo cultiva rutinas de

¹ Profesor investigador en la Universidad Autónoma de Aguascalientes; egresado de la Maestría en Comunicación de la Universidad de Guadalajara; doctor en Estudios Científico-Sociales por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente. Contacto: sdeleon@correo.uaa.mx

² Específicamente nos interesan propuestas periodísticas generadas con un enfoque más cívico que comercial y, por lo mismo, con rutinas distintas que priorizan la información sobre la rentabilidad.

producción informativa muy diferentes a las que han sido caracterizadas de manera general por la sociología de la producción noticiosa.

El contexto general de México relacionado con la violación sistemática de los derechos humanos (Buscaglia, 2013), la violencia creciente en contra de periodistas (Del Palacio, 2015), la corrupción generalizada en todos los órdenes de la vida nacional (Zalpa, 2013), la impunidad que surge del alineamiento de la “red corporativa legal” con las inyecciones de capital procedentes de la delincuencia organizada (Calveiro, 2012), hace pertinente y necesario estudiar cómo se produce el periodismo que se plantea la cobertura de las consecuencias de estas anomalías tales como las historias de las víctimas de la violencia y de los abusos del poder, de las personas en situación de alta vulnerabilidad como los migrantes ilegales, o relacionadas con los despojos que son consecuencia de la operación del capitalismo global y de la delincuencia organizada, entre otras cosas.

Un estudio como éste tiene relevancia porque contribuye a generar conocimiento sobre un asunto medular de la convivencia democrática: la diseminación de información diversa, plural, crítica, generada con apego a las libertades ciudadanas y a los derechos humanos. Como indica Voltmer (2013),

los medios en las nuevas democracias se convierten en parte del mercado global en el cual las decisiones sobre las noticias son principalmente gobernadas por tarifas de lucro y en menor medida por consideraciones acerca de sus posibles consecuencias para la viabilidad de las instituciones democráticas (p. 146).

De ahí que estudiar a los medios de comunicación que tienen criterios gobernados por el civismo antes que por el mercado para la producción de su material periodístico es importante, sobre todo en términos de sus aportes para la consolidación de sociedades incluyentes y democráticas, al dar voz a actores y establecer agendas diferentes a los de los medios corporativos.

Estudiosos de los fenómenos comunicativos han advertido del peligro que se esconde tras los procesos de convergencia digital pues en el plano económico se traduce en concentración de las fuentes de información en manos de pocas corporaciones, lo cual también tiene implicaciones políticas relacionadas con el control (Demers, 2005). El periodismo alternativo se presenta, en ese escenario, como un resquicio, una salida al control informativo de los grandes corporativos nacionales y transnacionales (Ramonet, 2011). Su debilidad parece ser la fragilidad financiera como consecuencia de su apuesta editorial no comercial.

Las rutinas no convencionales de producción informativa como objeto de estudio

Las rutinas de producción noticiosa son una categoría bien definida en la perspectiva denominada sociología del periodismo, la cual desde hace varias décadas ha sido uno de los enfoques más sólidos en el estudio de este fenómeno social

(Schudson, 1997; Hernández, 1997). Dicha categoría se fundamenta en el análisis de corte interaccionista sobre los procedimientos que siguen los periodistas para elaborar noticias, en el marco de los criterios impuestos por las organizaciones informativas y, con ello, generar construcciones y representaciones simbólicas de la realidad.

Las rutinas son procesos de intercambio simbólico que los estudiosos han agrupado en tres tipos: recopilación, selección y presentación de la información (Wolf, 1997). Las rutinas de recopilación consisten en las relaciones que los periodistas mantienen con aquellos agentes que son representantes de las “fuentes informativas”, las cuales son definidas así por las empresas noticiosas y por lo regular corresponden a instituciones públicas y privadas. En esa relación se obtiene la información y se negocian los sentidos a ella otorgada para convertirla en noticias.

Por otro lado, las rutinas de selección son procesos complejos de valoración de la información en la que intervienen factores endógenos y exógenos a las empresas mediáticas para establecer cuáles noticias merecen ser publicadas y con qué jerarquía. Un aspecto relevante de las rutinas de selección es que los sujetos habilitados para realizarla no se basan en decisiones individuales, sino en procesos complejos de interiorización de los mecanismos de control social para la presentación pública de los acontecimientos (Tuchman, 1997). Finalmente, las rutinas de presentación de las noticias constituyen las estrategias discursivas y de formato para ponerlas en circulación. Esto es válido tanto para el periodismo impreso, como para el audiovisual y el digital.

La regularidad del periodismo consiste en el seguimiento de estas rutinas que permite que las noticias sean programables, se garantice su cantidad para llenar todos los días los espacios noticiosos en los medios de comunicación, y orienten su elaboración para reducir la incertidumbre, obteniendo datos verídicos cuya garantía es la institucionalidad de las fuentes informativas. El seguimiento, incluso el dominio, de estas rutinas se considera muestra del profesionalismo tanto individual (del periodista), como institucional (de la empresa mediática) en la producción informativa.

Complementándolas, existen ciertos criterios organizacionales que van otorgando especificidad a las rutinas de acuerdo con el estilo y características de cada empresa informativa. Por ejemplo, la cuota noticial diaria que se refiere a la cantidad de noticias que cada reportero debe entregar, la asignación de fuentes informativas que sectoriza al tiempo que especializa el trabajo de los reporteros, la asignación de órdenes de cobertura que orientan el trabajo cotidiano, las agendas específicas de los medios de comunicación a partir de las cuales definen los temas y actores que les interesa cubrir, entre otros (De León, 2003).

Íntimamente relacionados con las rutinas de producción y sus criterios organizacionales se encuentran los valores noticiosos, los cuales corresponden a una categoría teórica mediante la cual se reconocen los elementos evaluativos que utilizan los periodistas y quienes se relacionan con ellos para definir el nivel de *noti-*

ciabilidad de los acontecimientos. Gans (1980) reconoce los valores *en las noticias y de las noticias*; es decir, aquellos que se relacionan con su contenido (la objetividad, la exclusividad, la pertinencia y relevancia del tema, etcétera) y aquellos que corresponden a las características asignadas a la información (la importancia y credibilidad de la fuente informativa, el ámbito en el que ocurren los hechos, el contraste de la información, entre otros).

El valor de noticiabilidad de una historia se relaciona, en primer lugar, con los ámbitos en los que se escenifica (González, 1986). Berkowitz (1992) llama *hard-news* a las noticias vinculadas con la política y la economía institucionales, puesto que se asume que éstos son los campos en donde ocurre lo que realmente es importante para saber y vigilar en nuestras sociedades, y en donde las fuentes informativas son representantes del poder político instituido o de las instancias que dominan los mercados. Por otro lado, existen las *soft-news*, también llamadas “de interés humano” o “de color”, que corresponden a noticias que pueden representar problemáticas graves como también temas frívolos, pero que no caen directamente en el campo de la política y la economía institucionales, sino en la vida cotidiana (que también está investida de sus propias dimensiones política y económica, por supuesto), y en donde las fuentes informativas son personas comunes que se presentan como los protagonistas directos de los acontecimientos. Estos términos son retomados de la propia jerga periodística y demuestran una evaluación diferenciada, estableciendo noticias de primera y de segunda, según los cánones tradicionales del periodismo.

Berkowitz (1992) también define *what-a-story*, término que corresponde a historias espectaculares como los escándalos, las catástrofes o los conflictos. Una de las características de las *what-a-story* es que son capaces de dismantelar las rutinas de producción periodística debido a la rapidez y descontrol con que ocurren los acontecimientos.

Sostengo que las rutinas no convencionales de producción periodística se colocan en la zona de las *soft-news* y *what-a-story*, generando un cambio para reivindicar su importancia en la vigilancia del entorno debido a que las *hard-news* ya no cumplen esa función porque han sido colonizadas por las relaciones públicas (Lavigne, 2005). Por un lado, corresponden con las noticias de interés humano, o *soft-news*, al poner atención principalmente en la gente común que protagoniza los acontecimientos, elevándolos así a actores de la comunicación pública y, por lo tanto, con visibilidad pública y capacidad de diálogo con los demás actores de esa esfera (Demers, 2008). Por otro lado, las dramáticas historias que se producen al dar cobertura a temas tan provocadores como necesarios como la migración, el dolor de familiares de víctimas de la violencia, las condiciones de marginación y pobreza, las estrategias ciudadanas para la democratización y a otros asuntos sensibles, pueden llegar a constituirse en *what-a-story*. Algunos de los periodistas, sujetos de esta investigación, denominan a su proceder “periodismo social”, reconociendo su posición marginal respecto a las noticias procedentes de los marcos

institucionales, pero también su importancia como relatos alternativos para mostrar aspectos no visibilizados de las problemáticas sociales.

Existe consenso entre los especialistas en que las rutinas de producción noticiosa han sido el resultado de esquemas de racionalidad capitalista que buscan la mínima inversión para alcanzar el mayor resultado. La “afinidad burocrática” entre los medios informativos y el Estado que Sigal (1973) reconoció desde la década de 1960, y que sigue estando vigente, constituye el paradigma del trabajo periodístico en ese sentido: en lugar de producir información nueva, lo cual es sumamente costoso, los periodistas se acercan a quienes la producen de manera programada, sistemática, verídica y en cantidades suficientes para los requerimientos de la organización periodística: las instituciones del Estado. Es la lógica de las *hard-news*.

Al desligarse de la afinidad burocrática que permite validar institucionalmente la información por la referencia a la importancia de las fuentes informativas en la estructura social, así como a la importancia de los temas por su naturaleza política y/o económica, las rutinas no convencionales de producción informativa proponen agendas públicas distintas a las de la industria *mainstream*. Al desterritorializarse (Izquierdo, 2012), las agendas transitan por múltiples contextos recomponiendo la geografía de las noticias, situación que sugiere que las rutinas alternativas de producción periodísticas también proponen otros valores noticiosos.

Así mismo, el periodismo producido con rutinas diferentes asume otras lógicas productivas, porque suspende las rutinas periodísticas convencionales. Un periodista en esta tarea podría asemejarse más a un antropólogo que acompaña a las personas en sus problemáticas, recuperando información de primera mano, experimentando con ellos los acontecimientos, contrastando después con datos disponibles (estadísticas, informes, reportes, e incluso declaraciones de funcionarios, etcétera), lo cual exige de la empresa a la que pertenece una inversión económica que, paradójicamente, no posee, pues por lo regular se trata de medios con bajo presupuesto. El que trato de caracterizar es un modelo alternativo de periodismo en el que los periodistas independientes asumen los costos y buscan financiamientos también alternativos.

En la actualidad hay sectores de periodistas que en México comienzan a asumir este tipo de periodismo como su tarea profesional y, al mismo tiempo, de servicio a la comunidad. También hay sectores de medios informativos que lo financian y lo publican. Esto podría significar que este periodismo independiente, alternativo, diverso, estaría conformándose también como un nicho de relevancia específica dentro del mercado informativo actual.

Esto es muy importante en términos históricos, y difiere de manera sustancial del periodismo que se ha venido practicando en México desde la segunda mitad del siglo XX, cuyo rasgo fundamental es el oficialismo, con prácticas de cooptación de la prensa a través de mecanismos de corrupción y opacidad en el uso del gasto de difusión de los gobiernos federal y estatales como una manera de controlar el discurso periodístico para evitar la crítica y la denuncia, como lo demuestran numerosos

estudios (Bohmann, 1994; Fernández, 1993; Trejo, 1995; Hallin, 2000; Orozco, 2007; De León, 2012, Hughes, 2009; Lawson, 2002).

En el estudio buscamos identificar las características de este periodismo alternativo en términos de sus condiciones de producción, lo cual implica identificar las rutinas productivas mediante las cuales es realizado, así como el mercado de consumo que establece esquemas de oferta y demanda para este tipo de producto informativo. No hay que perder de vista que, en el caso mexicano, esta manera de periodismo emerge en situaciones contextuales específicas que definen una determinada agenda de compromiso cívico con temas tales como la inseguridad, la violencia, la falta de oportunidades para una vida digna; en general, las grandes brechas que en cuanto a bienestar establecen una fuerte segregación de la sociedad mexicana en su conjunto.

El estudio partió de la siguiente pregunta de investigación: ¿cómo se produce el periodismo independiente en México considerando su participación en el mercado de la oferta periodística y su relación con el contexto actual de nuestro país? Lo cual a su vez se desdobra en las siguientes: ¿cuáles son los elementos constitutivos de las rutinas de producción de periodismo independiente en México?, ¿qué esquema empresarial-mediático orienta su producción y por qué es así?, ¿qué tipo de diferencia significa esta forma de abordaje periodístico respecto a las rutinas de producción noticiosa convencionales bajo la clave del contexto actual del país?

El objeto de estudio definido así queda delimitado en los términos de los niveles de análisis sociológico del periodismo de acuerdo con Hirsch (1980), Dimmick y Coit (1983), González (1988), Shoemaker y Reese (1996) y Altmeppen (2008), entre otros, situándose en el nivel de análisis organizacional (meso), aunque en realidad no es posible desligarse de las implicaciones de otros niveles (individual o micro y supraorganizacional o macro), por lo que esta toma de posición constituye tan solo una estrategia de recorte teórico-metodológico para hacer posible la aproximación, mismo que se restituye en las reflexiones finales de la investigación.

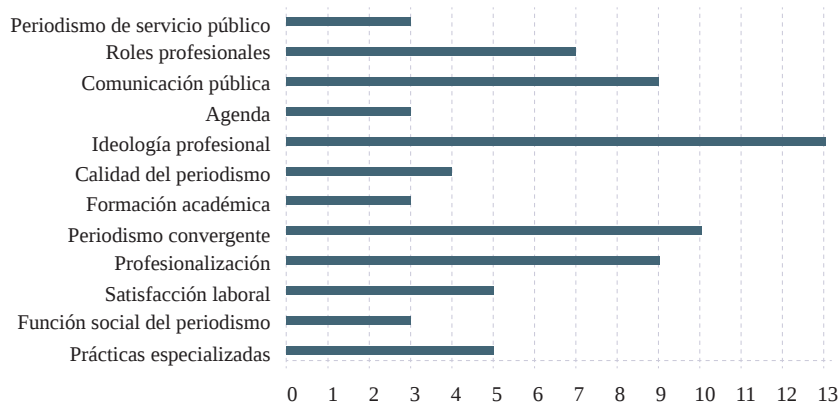
El estudio de las rutinas de producción periodística en la actualidad

Como parte del estudio se revisó la literatura especializada³ durante los últimos años para conocer el estado de los debates y preocupaciones contemporáneos. Se recuperaron 74 artículos relacionados con las rutinas de producción noticiosa, los cuales se distribuyeron como se observa en la Figura 1.

En el estudio sociológico de las rutinas de producción periodística destacan cinco grandes intereses. En primer lugar, hay una preocupación para identificar como los procedimientos estandarizados para la producción noticiosa contribuyen a la

³ Se realizó una búsqueda en las bases de EBSCO y SCOPUS; también se revisó la base de la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe (REDALYC) y revistas especializadas ex profeso de Estudios sobre Periodismo publicadas en español, inglés y francés.

Figura 1
Distribución de temas de estudio en publicaciones sobre
“rutinas de producción periodística” por cantidad de artículos



Fuente: Elaboración propia.

conformación de una *ideología profesional* (por ejemplo los trabajos de Nixon, 2011; Morieson, 2012; Altmeppen, Arnold y Köslér, 2012; Sjøvaag, 2013), puesto que tales procedimientos constituyen un espacio de encuentro con los colegas, donde se negocia el conjunto de supuestos que establece el significado de ser periodista. En segundo lugar, aparecen los estudios de la producción del *periodismo convergente* (como los trabajos de Wallace, 2009; Himelboim y McCreery, 2012; Mäenpää, 2014; Revers, 2014); es decir, la irrupción de las innovaciones tecnológicas y cómo esto ha modificado los procesos de la producción periodística. En tercer lugar se encuentran dos preocupaciones con el mismo número de artículos; una de ellas es la *profesionalización* (como en Naït-Bouda, 2010; Das, 2007; Le-teinturier, 2014; Russunoksa, 2006) en la que se exploran aspectos como la formación universitaria de los periodistas, el grado de autonomía profesional, el *status* profesional, las condiciones de su reconocimiento profesional, entre otras cosas, y cómo ello incide en la producción de noticias; la otra preocupación corresponde a la *comunicación pública* (en estudios como Mercado, 2015; González, Sierra y Benítez, 2014; Brüggemann, Engesser, Büchel, Humprecht y Castro 2014; Revers, 2013; Edy y Snidow, 2011), que implica la relación de la producción periodística con el sistema político y la manera en que los asuntos públicos son reconstruidos por los medios en sus espacios periodísticos. Finalmente, el quinto interés en importancia son los *roles profesionales* (en Mellado, Márquez, Mick, Oller y Olivera, 2016; Frisque, 2014; Papa y Collet, 2013; Anden-Papadopoulos y Pantti, 2013), donde se explora como las condiciones de género, posición de autoridad, condiciones laborales, entre otras, son aspectos que influyen sobre las características de las producciones periodísticas.

Un segundo bloque de dos temas relacionados con el estudio del periodismo es el que corresponde al estudio de las *prácticas especializadas* (trabajos como Hanusch, 2011; Boyer, 2006; Diana, 2013; Montéréal y Souanef, 2013) y a la *satisfacción laboral* de los periodistas (Espino, 2016; Leteinturier, 2010; De Bruin, 2000). En las prácticas especializadas destaca que la mayor parte de los estudios encontrados analizan el periodismo deportivo, lo cual hace reflexionar sobre la necesidad de generar investigación de otras prácticas especializadas del periodismo. Con respecto a la satisfacción laboral se investiga cómo las condiciones económicas de los periodistas y de desarrollo personal constituyen un factor importante sobre la generación de material noticioso. Finalmente, existe un tercer bloque de estudios con temáticas sobre las cuales se encontraron menos de cinco artículos, en las cuales no ahondaremos por su dispersión, pero que pueden ser apreciados en la Figura 1.

Lo relevante de esta revisión para los objetivos del presente estudio radica en que no se encontraron trabajos sobre rutinas no convencionales de producción noticiosa, pues el foco de los análisis parece seguirse manteniendo en la prensa corporativa o *mainstream*. Sin embargo, sí existen pocos estudios que fueron integrados en la categoría de *profesionalización* en los que se indaga sobre la situación de los periodistas que carecen de contratos laborales y utilizan sus propios recursos para realizar reportajes de profundidad que después intentan vender a medios de comunicación, haciendo de ésta su manera de subsistencia (Naït-Bouda, 2010; Das, 2007). Son periodistas independientes o *freelance*, y los estudios relacionados con su actividad parecen ser los más cercanos a nuestros objetivos. No obstante, este estudio plantea un problema de investigación más amplio que la actividad de los periodistas *freelance*, por lo que se identifica una necesidad de investigación que no ha sido atendida.

Diseño metodológico para aproximarse a las rutinas no convencionales de producción periodística

La manera de realizar el acercamiento empírico a las rutinas no convencionales de producción periodística fue a partir de dos etapas. En la primera etapa, se seleccionaron por conveniencia 15 medios periodísticos digitales independientes o alternativos. Se hizo un seguimiento diario durante tres meses de sus publicaciones con el objetivo de reconocer sus agendas. Los medios revisados fueron: *somoselmedio.org*, *regeneración.mx*, *revoluciontrespuntocero.mx*, *enelcamino.periodistasdeapie.org*, *piedepagina.mx*, *animalpolitico.com*, *rompeviento.tv*, *m-x.com.mx*, *proyecto-diez.mx*, *chiapasparalelo.com*, *ladobe.com.mx*, *pagina3.mx*, *cuadernosdobleraya.com*, *zetatijuana.com*, *sinembargo.mx*. Estos medios fueron identificados a partir de su integración al proyecto *rompeelmiedo.org* promovido por la organización internacional Article 19 (2015), el cual es:

una plataforma de articulación compuesta por medios libres y colectivos de defensores de derechos humanos que se forma en el año 2013 con el objetivo de trabajar en con-

junto a favor de la seguridad y la protección de personas que ejercen la libertad de expresión en contextos de protesta y de riesgo en México a través de un sistema de alerta temprana y monitoreo en tiempo real.

Para realizar el seguimiento se integró un instrumento para un análisis de contenido muy elemental que fue aplicado durante 40 días en los meses de enero, febrero y marzo de 2017. La unidad de análisis fue el producto periodístico (noticias, reportajes, entrevistas, etcétera). Se realizaron 262 registros. Los elementos del instrumento recuperaron la siguiente información:

1. Nombre del medio.
2. Género periodístico al que corresponde el producto.
3. Fuentes de información consultadas por los periodistas.
4. Nivel de importancia otorgada por el periodista a cada fuente consultada (alta, media o baja). Este elemento fue de apreciación por parte de quien hacía la codificación y se infería a partir de las estrategias discursivas con las que se posicionaban las fuentes en los textos.
5. Subtema. Se establecieron cinco grandes líneas temáticas: política, economía, sociedad, cultura y delincuencia organizada.
6. Subtema. Consistió en el desdoblamiento de los temas en aspectos específicos.

La segunda etapa consistió en entrevistas semiestructuradas con tres periodistas *freelancers* colaboradores de algunos de esos medios, y dos periodistas fundadores de proyectos de medios independientes, con base en la siguiente guía de entrevista:

1. Los procedimientos de los periodistas para generar productos informativos distintos a los de la industria *mainstream* del periodismo.
2. Las agendas que se construyen desde esos espacios mediáticos alternativos.
3. Las características de los medios periodísticos alternativos.
4. Las formas de financiamiento.

Resultados

Otros periodismos son posibles

Los productos periodísticos llevan introyectados la impronta de sus condiciones de producción. Ése es el supuesto del que se parte en este estudio como una manera de evitar el esencialismo al momento de definir al periodismo. De tal manera, el periodismo queda definido en su praxis. Esto significa que el concepto de periodismo depende de definir las prácticas por medio de las cuales es producido, las relaciones que los agentes involucrados en dichas prácticas activan con su ejercicio y los marcos simbólicos por medio de los cuales esos agentes dotan de sentido a su acción. Conforme tales elementos se transforman, asistimos a la emergencia de formas distintas de periodismo. Esas transformaciones dependen de las condiciones contextuales.

El tipo de periodismo que caracterizaré a continuación se confronta directamente con el periodismo de los medios de la gran industria informativa. Quienes lo practican han arribado a él como resultado de procesos autorreflexivos sobre las condiciones de su ejercicio profesional, la función social del periodismo, los problemas de la profesión periodística en México, entre otras cosas:

Yo creo que la diferencia fundamental radica en una necesidad que va a medio camino entre lo personal y lo profesional, y es una necesidad que parte de no tener espacio en los medios tradicionales para hacer lo que quieres hacer o para plantear los temas que te interesa comunicar. Es una necesidad que está medio callada, porque la gran mayoría de los reporteros actuales estamos metidos en una dinámica de producción muy distinta de la que ocurría hace diez años, porque iniciamos en empresas medianas, grandes, pequeñas, pero que marcaban nuestra agenda, y nosotros aceptábamos esa dinámica, como parte de la estructura, del mecanismo de producción de la noticia. Tenías un jefe información que te marcaba el curso que iba a seguir tu cobertura, los temas que debías tratar; pero llegó un momento en el que en el país la circunstancia informativa se tornó tan compleja y nos comenzó a afectar tanto a los periodistas (en términos de información), que no pudimos responder a las necesidades informativas con esa misma dinámica. Muchos empezamos a dejar los medios tradicionales, y quienes no han dejado los medios tradicionales, dejaron las viejas rutinas, las rutinas tradicionales, porque ya no nos daban herramientas para ver lo que estaba pasando y transmitirlo. El caso más extremo es el de los periodistas que se quedaron sin medio, porque se crearon nuevas generaciones que llegaron a desplazarlos, y se quedaron sin opciones; se vieron en la necesidad de crear alternativas de producción de noticias que respondieran a esas necesidades, es cuando surgen las redes (*Periodista freelance*, comunicación personal, 27 de agosto de 2016).

En la transición de estos procesos autorreflexivos a la acción concreta, ocurren cambios importantes que van definiendo nuevos esquemas de producción. Por ejemplo, se transita de un periodismo competitivo a uno colaborativo, como una estrategia para enfrentar la hostilidad del entorno: hostilidad económica por no acceder a los beneficios de la publicidad gubernamental, hostilidad de seguridad debido a la falta de protección del gremio periodístico ante las agresiones en su contra, hostilidad política por no reproducir las agendas oficiales.

Entonces, para poder sobrevivir a esto, lo que tenemos que hacer es trabajar con otros, unirnos, hacer una red de apoyo, porque eso nos va a ayudar, tanto a generar información; a obtener información de lugares donde no estamos, en donde otros colegas sí están y nos pueden compartir información, y nosotros a su vez les podemos compartir información que ellos no tienen, y que nosotros sí tenemos; o también para cuidarnos, para protegernos, para generar protocolos de seguridad, para generar talleres de investigación, talleres de géneros periodísticos, talleres de seguridad digital, talleres de seguridad

en zonas de riesgo, y una infinidad de cosas que tenemos que estar generando (Periodista fundador de medio independiente, comunicación personal, 28 de agosto de 2016).

Tiempos pausados, movimientos amplios

Los ciclos noticiosos tradicionales se fueron acortando conforme aparecían dispositivos tecnológicos más avanzados, pasando de 24 horas (medios impresos) a las entregas de los noticieros matutinos, vespertinos y nocturnos; después los cortes informativos radiofónicos de cada hora hasta los reportes en tiempo real de los medios digitales. La lógica de la industria periodística ha sido la de acercarse a la inmediatez de la difusión noticiosa como la máxima ventaja competitiva.

Para el periodismo alternativo que es objeto de este estudio, ese criterio pasa a un segundo término, puesto que priorizan la calidad y profundidad en la cobertura de un tema, haciendo del valor noticioso de la oportunidad un asunto más bien elástico. Al centrar la cobertura en problemáticas sociales complejas, en lugar de acontecimientos específicos, aparecen nuevas temporalidades, más extensas, para la generación de productos periodísticos puesto que su vigencia es indefinida.

Al efectuar el análisis de contenido durante dos meses, era evidente que varios de los medios monitoreados no tenían actualizaciones diarias. Algunos, incluso, no se preocupaban en respetar periodicidad alguna y publicaban información hasta que hubiera algún material disponible. Sin embargo, cuando aparecía, se trataba de algún reportaje amplio, con un nivel de profundidad considerable y cualidades narrativas superiores. Habría que decir, por otro lado, que este estilo de producción convive en algunos medios con el estilo tradicional de publicación de noticias del acontecer diario. Es decir, a pesar de ser modelos diferentes, y de estar confrontados en sus principios, el periodismo diario y el pausado de los medios independientes no son necesariamente excluyentes.

La apuesta por la profundidad en menoscabo de la inmediatez tiene una causa práctica. Se relaciona con las fuentes de financiamiento del periodismo independiente. Como más adelante se ahondará, una estrategia de los periodistas independientes para tener viabilidad económica es responder concursos convocados por organismos financiadores internacionales que favorecen proyectos promotores del cambio social y democrático en países en transición. Esto genera un círculo virtuoso en el que los proyectos periodísticos beneficiados deben responder con la estructuración de protocolos estrictos de producción para atender, por un lado, al compromiso democratizador de su causa y del organismo financiador, y por otro lado, los criterios con los que sus resultados serán evaluados. Estos protocolos privilegian la profundidad en la búsqueda de información y en la producción de materiales periodísticos, utilizando todo el tiempo que sea necesario para su realización.

Concursas con una serie de mecanismos que las organizaciones establecen, te sometes al escrutinio de las organizaciones que vienen a México a revisar cómo estás constituido como asociación civil, cómo estás constituido como grupo, gabinete de

comunicación o gabinete de prensa; que revisan tu actuación como periodista, es decir, no te van a dar el dinero, porque no es un regalo, es un compromiso especial, un préstamo, y buscan también, la forma de ayudarte a que consigas otro tipo de recursos. Por ejemplo, tener vínculos con algunos medios de comunicación, con los cuales puedes tener un convenio de colaboración; tú produces el material y se lo entregas al medio, ya terminado. Un trabajo serio, profesional, profundo, y si tú ganas, te pagan, te paga el medio o te difunde la información, porque a veces el dinero que te otorgan los organismos no gubernamentales es para financiar la investigación o para financiar la asociación, el trabajo determinado (Periodista fundador de medio independiente, comunicación personal, 28 de agosto de 2016).

De ahí se desprende, en gran medida, un replanteamiento desde la práctica de las rutinas de producción periodística y emergen las no convencionales, puesto que los periodistas deben pensar en formas de replantear su trabajo profesional en los términos de la colaboración con organismos sociales.

Tienes que decidir primero, hacer un protocolo: tienes que hacer un análisis de contexto, de riesgo, para saber a dónde vas y ver cuál es el contexto; si ya conoces el lugar, ¿cómo vas a llegar?, ¿a dónde vas a llegar?, ¿dónde te vas a quedar?, ¿qué está sucediendo en el lugar?, ¿en qué conflicto existen?, ¿cuáles son tus contactos?... Determinas también el tiempo por el que vas a viajar, ¿cuánto tiempo vas a estar destinado a ese lugar? La diferencia con otros periodistas es que ellos no pueden hacer absolutamente nada de esto. Ellos a las 12:00 de la noche se les manda la agenda y les dicen: “Mañana a las 7:00 de la mañana tienes que estar cubriendo la conferencia [de prensa] tal”, y tienes cuatro horas para prepararte a ir a cubrir la conferencia [de prensa]... Por ejemplo, acabo de ir a Michoacán, a Cherán, y de ahí tengo cosas que van a ir saliendo poco a poco. Ahorita salió una; estoy preparando un pequeño video de cinco minutos que va a salir dentro de poco; tengo un trabajo acerca de las fogatas en Cherán, que va a salir también dentro de muy poco. Entonces, de esa visita traes material para hacer diferentes trabajos que no los sacas en un día; los vas trabajando con calma, los vas editando y los vas sacando poco a poco, y muchas veces esos trabajos ya te los han pedido en otros medios de comunicación –que son tus aliados–, entonces también se los mandas a ellos (Periodista fundador de medio independiente, comunicación personal, 28 de agosto de 2016).

La agenda como compromiso cívico

La agenda periodística aparece en el campo del periodismo independiente como una conquista. Es, para los agentes de este campo, la verdadera forma en la que se manifiesta la libertad de expresión. Tener la posibilidad de elegir los temas que les preocupan, desde los ángulos que consideran pertinentes para exponer a sus audiencias las problemáticas sociales, es lo que reconocen como valioso.

En entrevista con una periodista fundadora del proyecto *piedepagina.mx* (comunicación personal, 21 de junio de 2016), ésta se mostraba convencida de que

los megaproyectos deberían constituir la agenda periodística de los próximos años, debido a los problemas tan serios que significan como el caso de los desplazamientos forzados de comunidades enteras por el despojo de sus territorios. En ese sentido, ella se encontraba preparando sus proyectos para atender a esa temática como eje principal de su trabajo periodístico.

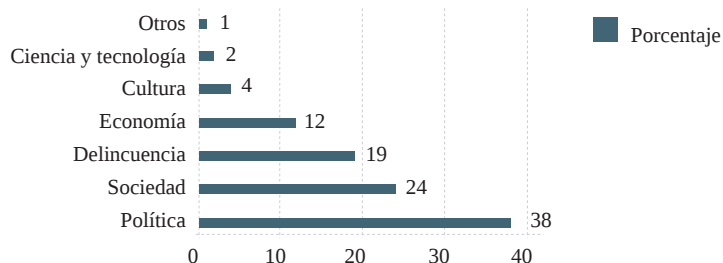
El valor consiste en el deslinde de las agendas dirigidas por los actores estatales que, en el marco del periodismo *mainstream*, coloniza los contenidos de los medios informativos debido a la fuerza que adquieren las relaciones públicas a través de los convenios de publicidad celebrados con los políticos y con las instancias gubernamentales. Esa práctica ha sido demostrada en varias investigaciones académicas realizadas en el pasado, y lo constatan los propios periodistas en su cotidianidad. El ejercicio de la libertad de expresión en la elección de los temas para construir sus propias agendas es visualizado como un compromiso del periodista para con la ciudadanía, producto de su mirada entrenada gracias a sus interacciones con el poder, desde la cual el periodista mismo asume su deber de develarlo:

Debemos de entender que es una agenda contraria a los intereses de los gobiernos, porque necesariamente tiene que enfocarse en lo que no están haciendo bien los gobiernos, en lo que no está haciendo bien el poder; se convierte en una agenda que se opone a las estructuras tradicionales del poder, por tanto, se convierte en una agenda alternativa, para los medios tradicionales que viven de esa circunstancia de poder. No sé si soy claro al explicar esta circunstancia como yo la veo. Simplemente estoy poniendo temas o trato de cubrir temas que no pueden cubrir los medios tradicionales, porque la agenda que tienen los medios tradicionales, no me permite. Las víctimas de la guerra contra el narcotráfico, por ejemplo, o la descomposición social, producto de la invasión del narcotráfico en todas las estructuras sociales. Temas que no están en los medios de comunicación tradicionales, en las portadas de los diarios, en el *prime time* de los medios electrónicos, y que, sin embargo, al cubrirse, pareciera que estamos haciendo una militancia en torno de éstas actividades, cuando en realidad sólo estamos haciendo la cobertura de la agenda básica de la información, lo que ocurre en el país (Periodista *freelance*, comunicación personal, 12 de abril de 2016).

Para conocer con más detalle la agenda que construyen los medios independientes seleccionados se realizó un monitoreo de las publicaciones como ya fue señalado en la sección metodológica. De los 262 registros realizados, se puede observar que la mayor parte de las publicaciones se distribuyen en tres temas: política, sociedad y delincuencia, en ese orden.

En la agenda integrada por los 15 medios independientes que fueron analizados, se observa que la mayor parte de las publicaciones correspondientes a 38% se refirieron a temas políticos, seguidos de asuntos sobre la sociedad con 24% y en tercer lugar temas vinculados a la delincuencia. La economía, que en los medios

Figura 2
Distribución de temas de las publicaciones periodísticas
en medios independientes enero-marzo 2017



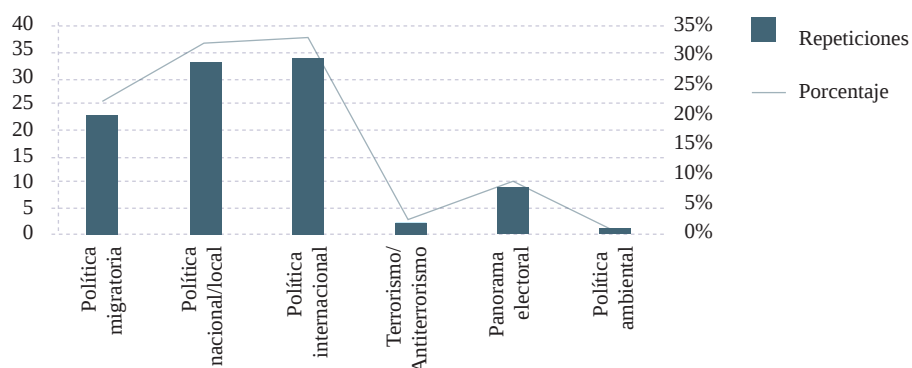
Fuente: Elaboración propia.

tradicionales se disputa junto con la política el espacio de los temas importantes, en estas agendas quedó en cuarto lugar con 12% de las publicaciones.

Los tres temas más recurrentes se desdoblaron como se observa en las Figuras 3, 4 y 5, en subtemas específicos.

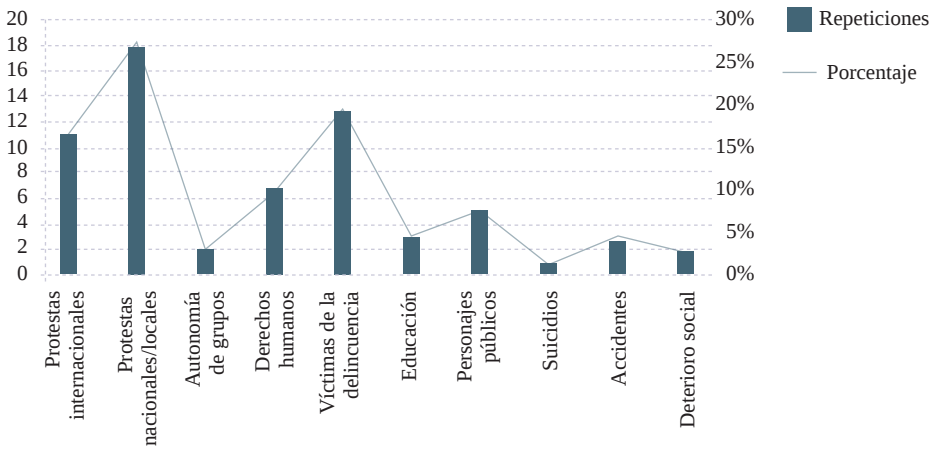
Los temas principales constituyen cajones que, al llenarlos con los subtemas específicos, identificamos las preocupaciones puntuales reveladas en las agendas periodísticas. Lo político se relaciona con el poder institucionalizado (política internacional, nacional y local, procesos electorales), pero también con problemáticas sociales que revelan ciertos sesgos en la construcción de estas agendas (política migratoria). Este sesgo lo podemos ver también en el tema sociedad en donde los dos aspectos de mayor abordaje son la cobertura de las protestas y de las

Figura 3
Política



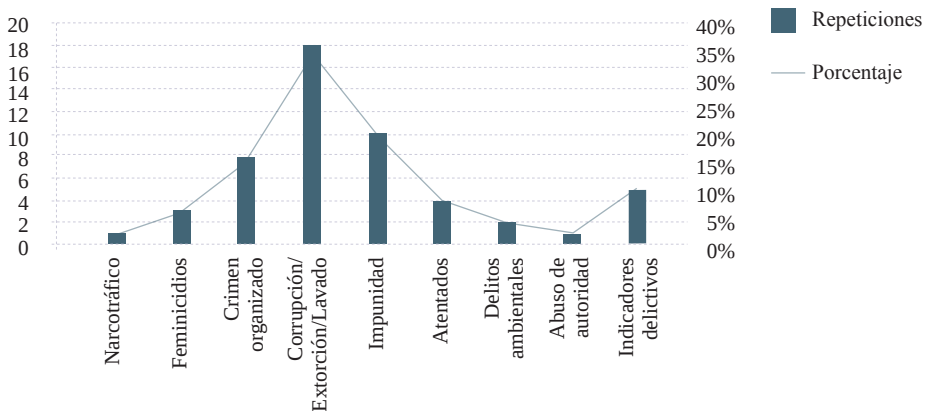
Fuente: Elaboración propia.

Figura 4
Sociedad



Fuente: Elaboración propia.

Figura 5
Delincuencia



Fuente: Elaboración propia.

víctimas de la delincuencia. En el caso del tema delincuencia, su propia colocación como el tercero en importancia ya nos habla de su valoración. Este sesgo es asumido, insisto, como un compromiso cívico, aceptando el peso de las decisiones personales en la construcción de la agenda y trastocando así el valor noticioso más importante de los medios industriales, el de la objetividad.

Quiere decir que nuestra información no está condicionada más que a nuestra subjetividad, porque somos cien por ciento subjetivos, a nuestra manera de leer la realidad, de las personas que trabajamos aquí. No nos consideramos absolutamente objetivos, tenemos siempre una posición política y social, entonces el trabajo informativo que hacemos está vinculado con toda esa construcción que traemos cada uno de los que trabajamos aquí... Cada periodista tiene que tener muy claros sus temas y tiene que estar apasionado por sus temas, y esos temas que investigas, esos trabajos, esas coberturas que haces primero tienen que estar seleccionadas. ¿Por qué? Por eso es que yo digo que no somos objetivos, sino que somos completamente subjetivos, porque desde el hecho de escoger tu tema, desde ahí ya no eres objetivo, ya tienes una postura ante una situación. Entonces, en mi caso particular, mis temas son muy marcados, mis temas son defensa del territorio, megaproyectos, indigenismo, migración centroamericana, por muchos años cubrí estos temas; entonces en este caso, después de muchos años, ya tengo mis contactos en cada tema, yo ya sé la agenda, mi agenda (Periodista fundador de medio independiente, comunicación personal, 28 de agosto de 2016).

Los esquemas de financiamiento

El desafío más complicado que los medios independientes tienen es el económico, pues se ven en la necesidad de garantizar su viabilidad financiera sin incorporarse al mecanismo de la publicidad proveniente del Estado que en México históricamente ha sostenido a los medios periodísticos bajo diferentes esquemas de operación dependiendo de la época (De León, 2011).

Los periodistas independientes desarrollan al menos tres estrategias principales para resolver este punto: *a)* responder convocatorias de organismos internacionales para financiar proyectos sociales, *b)* vender a otros medios (principalmente extranjeros) sus productos periodísticos, *c)* solicitar donativos de los lectores a través de ciertos mecanismos como las fondeadoras.

En otro apartado ya se había adelantado el caso de las convocatorias de organismos internacionales. Esta medida es fruto del aprendizaje de la conformación de redes internacionales de periodistas, en las que se comparte información y estrategias sobre cómo hacen en otros contextos para financiar proyectos periodísticos independientes.

Lo aprendimos de los colegas sudamericanos. Ellos —y los colegas gringos también— porque son expertos en este tipo de mecanismos. Es una nueva forma de hacer periodismo, es una nueva forma de agrupar a los periodistas, es una nueva forma de financiar al periodismo... Salir al extranjero a buscar recursos, también es una forma que hemos encontrado de mantener nuestra independencia; tanto de conseguir haciendo lo único que queremos hacer, con un margen de independencia mucho más amplio. Tenemos que aprender a concursar, porque compites contra colegas de todo el mundo. Compites con colegas holandeses, con colegas de Senegal, con colegas de Ruanda, colegas de Croacia (Periodista *freelance*, comunicación personal, 27 de agosto de 2016).

Las convocatorias de los organismos internacionales no representan un ingreso seguro y permanente. Los periodistas tienen que buscar otras maneras para mantener sus proyectos independientes. Una de ellas consiste en sostener el medio a través de la venta de productos periodísticos como lo haría una agencia informativa, por supuesto, no en el volumen y la capacidad de distribución de las grandes agencias, pero sí en su principio fundamental: ofrecer el servicio de dotación de información para otros medios. El valor agregado que ofrecen es el del ángulo crítico y la profundidad que no tienen las agencias informativas tradicionales centradas en el dato neutral y la superficialidad como consecuencia de la inmediatez para competir en gran mercado noticioso global. Una variante en este rubro, por parte de los independientes, es el intercambio de información que, como mercancía, es susceptible de ser negociada.

Hay medios de comunicación que a cambio de eso, tú también puedes retomar su información. Por ejemplo, con la agencia de Brasil, cualquier cosa que pase, nosotros podemos tomar la información. Es más, ya ni siquiera le tenemos que decir: “Oye, vamos a tomar tu información”, sino que ya es un acuerdo previo que tenemos. Entonces, en algunas es intercambio de material; yo puedo obtener su trabajo en video, trabajo en fotografía, y lo podemos publicar, y ellos obtienen los de nosotros. En otros, sí hay un pago que se puede otorgar, pero eso son ya los acuerdos que tienes que realizar con los medios; hay medios que no tienen tanto dinero como para pagar, pero hay otros que sí tienen y sí podrían dar una pequeña parte de los gastos de la cobertura (Periodista fundador de medio independiente, comunicación personal, 28 de agosto de 2016).

La opción de las aportaciones del público es un asunto difícil. A pesar de que los medios independientes constantemente están solicitando esas aportaciones como una forma de apoyo por parte de los consumidores de información; sin embargo, todavía no constituye un recurso suficiente.

Vamos a tener que trabajar todavía mucho en este asunto de por dónde va esta nueva forma de organizarnos, y tenemos que obligar también con esta nueva forma de organizar, a hacer a los mexicanos entender que nos tienen que ayudar; es una parte de la cultura que no podemos trabajar. Los ciudadanos mexicanos tienen que volver a pagar por la información, tenemos que obligar a la gente pagar. En eso estamos trabajando, con los colegas de Estados Unidos; por ejemplo, los de *Proública* se financian con recursos de *Open Society*, vamos, con los brasileños, que también se financian con este tipo de recursos. Ellos ya entendieron que hay formas de que, si hay concursos internacionales, pueden hacer también que gente de sus países vuelva a contribuirles de recursos. Los chilenos, que se financiaban inicialmente con recursos de *Open Society*, y que hoy lanzan campañas de financiamiento público, y la gente les responde (Periodista *freelance*, comunicación personal, 3 de noviembre de 2016).

Discusión final

Como producto cultural contemporáneo, el periodismo puede definirse como un proceso social complejo de representación del acontecer. Pero para dotar de un significado más específico a esa idea, hay que mirar las prácticas a partir de las cuales se produce. En este estudio nos hemos aproximado a las prácticas realizadas por un sector de periodistas en México que representan una diferencia respecto al periodismo industrial o *mainstream*.

Esa diferencia se manifiesta en varios aspectos. En primer lugar en sus procedimientos de producción informativa, generando rutinas de trabajo sustancialmente distintas a las de prensa industrial diaria en varios aspectos: no ejecutan una cobertura diaria de fuentes informativas institucionales asignadas por una empresa periodística, no deben cumplir con una cuota de noticias para llenar espacios, los medios en los que publican no proceden con la lógica del mercado.

En cambio, se dedican a cubrir una agenda informativa asumida de manera personal con la cual se comprometen, misma que colocan en clave de proyecto de desarrollo democrático para someterla a la evaluación de árbitros externos internacionales como estrategia para encontrar los recursos que hagan viable su propuesta periodística.

En ese proceso se distancian de varias de las normas aceptadas sobre el ejercicio periodístico para reinventarlas en los nuevos espacios desde donde disputan el derecho a practicar el periodismo con otros parámetros por medio de los cuales cuestionan las alianzas políticas, el origen del financiamiento y la falta de independencia de las agendas periodísticas de los medios de comunicación corporativos.

Dentro de la reinención de las normas aceptadas para el ejercicio periodístico se encuentran dos que son importantes para señalar: la objetividad y la función social de vigilancia del entorno (*watchdog*). Respecto a la primera, parte de los hallazgos de investigación los cuales muestran que la objetividad ya no representa un valor intocable en el ritual estratégico que llevan a cabo los periodistas para dar la apariencia de neutralidad de la información, sino que deja su lugar a la idea explícita de compromiso social asumido desde una agenda personal de cobertura noticiosa, pero que no por ser personal deja de ser pertinente socialmente. Es decir, los periodistas independientes formulan lazos que vinculan sus preocupaciones personales con el interés público. En el caso de la función de vigilancia del entorno, ésta transita de las *hard-news* a las *soft-news* debido a que la naturaleza espuria de la agenda informativa de las fuentes institucionales no representa ya una ventana para la rendición de cuentas, lo que permite que se reivindique la voz de las personas comunes que sufren los problemas y abusos a través de su recuperación en la cobertura que realizan los periodistas independientes.

Estos periodistas construyen sus espacios de forma colaborativa, conformando redes y especializando sus temas, intentando de esta manera construir una red de medios que, al tener cada uno su especialidad temática, en conjunto pueden informar sobre un espectro amplio de problemáticas sociales en profundidad, en un

contexto de una sociedad en transición, como lo es la mexicana en donde, además, los periodistas de este perfil enfrentan una fuerte hostilidad que ha costado cientos de agresiones de diversos tipos en contra de los informadores y una importante cantidad de asesinatos de periodistas.

Éstos son rasgos que caracterizan un tipo de organizaciones periodísticas que desarrollan rutinas de producción como las que se han descrito. Por supuesto, las rutinas no aparecen solas, están articuladas con esquemas de propiedad de los medios de comunicación, fórmulas de financiamiento, valores noticiosos, roles de los periodistas, entre otras cosas, que permiten otorgar un marco de sentido a la acción de los agentes de la producción noticiosa desde proyectos alternativos de ejercicio periodístico.

Bibliografía

- Altmeppen, K. D. (2008). The structure of news production. The organizational approach to journalism research. En M. Löffelholz y D. Weaver (Eds.), *Global journalism research. Theories, methods, findings, future* (pp. 52-64). Inglaterra: Blackwell.
- Altmeppen, K. D., Arnold, K. y Köster, T. (2012). Are the media capable of fair reporting? Remarks on the principle of fairness on professional journalism. En E. Kals y J. Maes (Eds.), *Justice and conflicts: Theoretical and empirical contributions* (pp. 329-343). Alemania: Springer.
- Andén-Papadopoulos, K. y Pantti, M. (2013). Professional ideology of journalists and citizen eyewitness images. *Journalism*, 14 (7), 960-977.
- Article 19. (2015). Conocenos. #RompeElMiedo. Recuperado el 27 de agosto de 2017, de <http://rompeelmiedo.org/conocenos/>
- Berkowitz, D. (1992, marzo). Non-routine news and newswork: Exploring a what-a-story. *Journal of Communication*, 42 (1), 82-94.
- Bernier, M. F. (2005). Pourquoi les journalistes? Les contours d'un idéal journalistique. En M. F. Bernier, F. Demers, A. Lavigne, C. Moumouni y T. Watine (Dirs.), *Pratiques novatrices en communications publique. Journalisme, relations publiques et publicité* (pp. 13-42). Quebec, Canadá: Les Presses de l'Université Laval.
- Bohmann, K. (1994). *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. México: Alianza.
- Boyer, D. (2006). Gender and the solvency of professionalism: Eastern German journalists before and after 1989. *East European Politics and Societies*, 20 (1), 152-179.
- Brügemann, M., Engesser, S., Büchel, F., Humprecht, E. y Castro, L. (2014). Hallin and Mancini revisited: Four empirical types of western media systems. *Journal of Communication*, 64 (6), 1037-1065.
- Buscaglia, E. (2013). *Vacíos de poder en México*. México: Random House Mondadori.
- Calveiro, P. (2012). *Violencias de Estado*. Argentina: Siglo XXI.
- Das, J. (2007). Sydney freelance journalists and the notion of professionalism. *Pacific Journalism Review*, 13 (1), 142-160.
- De Bruin, M. (2000). Gender, organizational and professional identities in journalism. *Journalism. Theory, Practice & Criticism*, 1 (2), 217-238.
- De León, S. (2003). *La construcción del acontecer. Análisis de las prácticas periodísticas*. México: Universidad Autónoma de Aguascalientes/Universidad de Guadalajara/Consejo Nacional para el Estudio y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación.
- De León, S. (2011). Comunicación pública, transición política y periodismo en México: el

- caso de Aguascalientes. *Comunicación y Sociedad* (15), 43-69, nueva época.
- De León, S. (2012). *Comunicación pública y transición política. Los rasgos de lo global en el periodismo local. Un estudio situado*. México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Del Palacio, C. (Coord.). (2015). *Violencia y periodismo regional en México*. México: Juan Pablos.
- Demers, F. (2005). La convergence comme nouvelle pratique journalistique. En M. F. Bernier, F. Demers, A. Lavigne, C. Moumouni y T. Watine (Dirs.), *Pratiques novatrices en communications publique. Journalisme, relations publiques et publicité* (pp. 77-102). Quebec, Canadá: Les Presses de l'Université Laval.
- Demers, F. (2008). La communication publique, un concept pour repositionner le journalisme contemporain. *Les Cahiers du Journalisme* (18), 208-230.
- Diana, J. F. (2013). De la difficulté d'être journaliste de sport. *Les Cahiers du Journalisme* (25), 34-47.
- Dimmick, J. y Coit, P. (1983). Levels of analysis in mass media decision making. A taxonomy, research strategy and illustrative data analysis. En E. Wartella y C. Whitney (Eds.), *Mass Communication Review Yearbook*, 4 (pp. 361-389). Beverly Hills, Estados Unidos: Sage.
- Edy, J. A. y Snidow, S. M. (2011). Making news necessary: How journalism resists alternative media's challenge. *Journal of Communication*, 61 (5), 816-834.
- Espino Sánchez, G. (2016). Periodistas precarios en el interior de la República Mexicana: atrapados entre las fuerzas del mercado y las presiones de los gobiernos estatales. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, LXI (228), 1-31.
- Fernández, F. (1993). *Los medios de difusión masiva en México*. México: Juan Pablos.
- Frisque, C. (2014). Précarisation du journalisme et porosité croissante avec la communication. *Cahiers du Journalisme* (26), 94-115.
- Gans, H. J. (1980). *Deciding What's News. A study of CBS News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. Nueva York, Estados Unidos: Vintage Books.
- González Cortés, M. E., Sierra Caballero, F. y Benítez Eyzaguirre, L. (2014). Discurso informativo y migración. Análisis de las rutinas productivas de televisión y la diversidad cultural en Andalucía. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20 (2), 735-751.
- González, G. (1986). Valores noticiosos: la distribución desigual del acceso periodístico. *Avances de Investigación*, 3. Universidad de Colima, México.
- González, G. (1988). Organización, burocracia y profesión: determinación institucional de las comunicaciones sociales. En E. Sánchez Ruiz (Comp.), *La investigación de la comunicación en México, logros, retos y perspectivas* (pp. 217-230). México: Edicom/Universidad de Guadalajara.
- Hallin, D. (2000). Media political power, and democratization in Mexico. En J. Curran y M. J. Park (Eds.), *De-westernizing media studies*. Estados Unidos: Routledge.
- Hanusch, F. (2011). A profile of Australian travel journalists' professional views and ethical standards. *Journalism*, 13 (5), 668-686.
- Hernández, M. E. (1997). La sociología de la producción de noticias. Hacia un nuevo campo de investigación en México. *Comunicación y Sociedad* (30), 209-242.
- Himmelboim, I. y McCreery, S. (2012). New technology, old practices: Examining news websites from a professional perspective. *Convergence*, 18 (4), 427-444.
- Hirsch, P. (1980). Occupational, organizational and institutional models in mass media research. Toward an integrated framework. En C. Wilhoit y H. De Bock (Eds.), *Mass Com-*

- munication Review Yearbook, 1 (pp. 265-294). Beverly Hills, Estados Unidos: Sage.
- Hughes, S. (2009). *Redacciones en conflicto. Periodismo y la democratización en México*. México: Miguel Ángel Porrúa.
- Izquierdo, L. (2012). *Comunicación glocal. El periodismo local abre una ventana al mundo*. España: Tirant Humanidades.
- Lasswell, H. (1985). Estructura y función de la comunicación en la sociedad. En M. Moragas (Ed.), *Sociología de la Comunicación de Masas II* (pp. 50-68). Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Lavigne, A. (2005). L'omniprésence des relationnistes. Des relations de presse stratégiques aux pratiques hors du contrôle des journalistes. En M. F. Bernier, F. Demers, A. Lavigne, C. Moumouni y T. Watine (Dir.), *Pratiques novatrices en communications publique. Journalisme, relations publiques et publicité* (pp. 103-126). Québec, Canadá: Les Presses de l'Université Laval.
- Lawson, C. H. (2002). *Building the fourth state: Democratization and the rise of a free press in Mexico*. Estados Unidos: University of California Press.
- Leteinturier, C. (2010, otoño). La formation des journalistes français: quelles évolutions? Quelles atouts à l'embauche? Le cas des nouveaux titulaires de la carte de presse 2008. *Les Cahiers du Journalisme* (21), 110-133.
- Leteinturier, C. (2014, primavera/verano). Communication et carrières des journalistes français: le cas des refus de la carte de presse 2010. *Les Cahiers du Journalisme* (26), 116-133.
- Mäenpää, J. (2014). Rethinking photojournalism: The changing work practices and professionalism of photojournalists in the digital age. *Nordicom Review*, 35 (2), 91-104.
- Mellado, C., Márquez-Ramírez, M., Mick, J., Oller Alonso, M. y Olivera, D. (2016). Journalistic performance in Latin America: A comparative study of professional roles in news content. *Journalism*, 18 (9), 1087-1106.
- Mercado, M. A. (2015). El Tequio: Social capital, civic advocacy journalism in the construction of transnational public sphere by Mexican indigenous migrants in the US. *Journalism*, 16 (2), 238-256.
- Montréal, G. y Souanef, K. (2013). Penser la spécialité à partir de ses figures historiques: retour sur une journée d'études. *Les Cahiers du Journalisme* (25), 14-19.
- Morieson, L. (2012). Crikey, the Australian and the politics of professional status in Australian journalism. *Media International Australia* (144), 87-96.
- Naït-Bouda, F. (2010). Le "pigisme" en apprentissage: les collectifs de pigistes comme lieux d'apprentissage d'une identité para-journalistique. *Les Cahiers du Journalisme* (21), 72-85.
- Nixon, B. (2011). The ideology of uncritical U.S. journalism: Its political-professional and political-economic roots. *Medijska Istrazivanja*, 17 (1-2), 141-162.
- Orozco, R. (2007). Relaciones prensa-gobierno en Tepic: hacia una caracterización de prácticas predominantes en el periodismo local de México. Tesis de maestría no publicada. Universidad de Guadalajara, México.
- Papa, F. y Collet, L. (2013). Entre experts et amateurs: le journaliste de sport 2.0, un professionnel en quête de légitimité. *Les Cahiers du Journalisme* (25), 80-99.
- Ramonet, I. (2011). *L'explosion du journalisme*. España: Les Éditions Galilée.
- Revers, M. (2013). Journalistic professionalism as performance and boundary work: Source relations at the state house. *Journalism*, 15 (1), 37-52.
- Revers, M. (2014). The twitterization of news making: Transparency and journalistic professionalism. *Journal of Communication* (64), 806-826.

- Ruusunoksa, L. (2006). Public journalism and professional culture: Local, regional and national public spheres as contexts of professionalism. *Javnost*, 13 (4), 81-98.
- Schudson, M. (1997). The sociology of news production. En D. Berkowitz (Ed.), *Social meanings of news* (pp. 7-22). Estados Unidos: Sage.
- Sénécal, M. (1995). L'espace médiatique. Les communication à l'épreuve de la démocratie. Montreal, Canadá: Liber.
- Shoemaker, P. y Reese, S. (1996). *Mediating the message. Theories of influences on mass media content*. Estados Unidos: Longman.
- Sigal, L. V. (1973). *Reporteros y funcionarios. La organización y las normas de la elaboración de noticias*. México: Ediciones Gernika.
- Sjøvaag, H. (2013). Journalistic autonomy: Between structure, agency and institution. *Nordicom Review*, 34 (número especial), 155-166.
- Trejo, R. (1995). Prensa y gobierno: las relaciones perversas. Los medios, espacios y actores de la política en México. *Comunicación y Sociedad*, (25-26), 35-55.
- Tuchman, G. (1997). Making news by doing work; routinizing the unexpected. En D. Berkowitz (Ed.), *Social meanings of news* (pp. 173-192). Estados Unidos: Sage.
- Voltmer, K. (2013). *The media in transitional democracies*. Cambridge, Inglaterra: Polity Press.
- Waisbord, S. (2002). Antipress violence and the crisis of the state. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 7 (3), 90-109.
- Wallace, S. (2009). Watchdog or witness? The emerging forms and practices of videojournalism. *Journalism*, 10 (5), 684-701.
- Wolf, M. (1997). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. México: Paidós.
- Zalpa, G. (2013). *¿No habrá manera de arreglarnos? Corrupción y cultura en México*. México: Universidad Autónoma de Aguascalientes/Nostra.

Interpretaciones de los periodistas: la *dualidad de estructura* del periodismo y la *hermenéutica doble* como metodología

José Luis Velasco Aragón¹

Palabras clave: Sociología, estructuración, Giddens, periodismo, Altmeppen, Wyss,
moral, ética, teoría y metodología.

Key words: Sociology, structuration, Giddens, journalism, Altmeppen, Wyss,
moral, ethic, theory and methodology.

Perspectivas teóricas y caminos recorridos para la obtención de datos

La intención de este texto es mostrar de qué manera el capítulo teórico y el metodológico de la tesis de maestría: “Interpretación de editores y reporteros de las condiciones que prevalecen en su contexto laboral y profesional para el cumplimiento de la responsabilidad social asociada a la práctica del periodismo. El caso del diario Mural de Guadalajara, México” (Velasco, 2015) pueden aportar nuevos caminos para la obtención, clasificación e interpretación de datos en una investigación sobre rutinas productivas de una redacción en donde se generan contenidos noticiosos que se conectan con las condiciones organizacionales y con la ideología de los periodistas que participan en dichas rutinas.

La propuesta de investigación de la tesis explica lo que subyace a las prácticas de reporteros y editores de la redacción de un diario para cumplir con una responsabilidad social asociada al ejercicio del periodismo mediante un abordaje de gran alcance como la teoría de la estructuración de Anthony Giddens (1984).

Los textos que arrojan la observación participante hecha por el propio autor de la tesis durante 12 años como empleado en la redacción del diario *Mural* de Grupo Reforma en Jalisco, México y la transcripción de entrevistas semiestructuradas a editores y reporteros del propio medio, son analizados mediante el uso de la herramienta metodológica de la *doble hermenéutica*, que ayuda a extraer las convicciones y obligaciones (recursos de autoridad) y las habilitaciones o inhabilitaciones (recursos de asignación) que condicionan su desempeño.

Para ciertos periodistas las políticas internas y las normas no escritas de su medio son perfectamente aceptables y permanecen en su empresa por muchos años, mientras que, para otros, el tener que ajustarse a reglas que consideran injustas o

¹ Egresado de la Maestría en Comunicación de la Universidad de Guadalajara; profesor en la Universidad del Valle de México, campus Zapopan. Contacto: joseluis_velasco@hotmail.com

anti éticas los lleva a ejercer una resistencia abierta o velada contra sus jefes inmediatos o, incluso, a la renuncia de su puesto de trabajo.

Esta metodología de la *doble hermenéutica* permite entonces captar –de la conducta observada por el investigador sobre las acciones y decisiones cotidianas de los periodistas (conciencia práctica) y de las explicaciones y justificaciones que dan los propios editores y reporteros sobre su proceder (conciencia discursiva)–, elementos del contexto laboral y profesional del trabajador de los medios que, en conjunto con la evaluación que él hace basado en su propia reserva de conocimientos, lo impulsan a desempeñarse de una manera que considera apegada a la deontología del periodismo o a sus principios de formación personal.

En los estudios de periodismo en México y en Latinoamérica, la perspectiva de Giddens (1984) ha sido citada como parte de un conjunto de enfoques teóricos en los marcos de tesis sobre rutinas productivas de los periodistas, como lo hace Merchant (2010) en conjunto con la teoría de las representaciones sociales, o analizada en infinidad de artículos académicos, pero nunca antes desarrollada en su totalidad incluyéndola como método de obtención de datos empíricos para su clasificación y análisis, ya que la mayor parte de las indagaciones hechas en redacciones se han llevado a cabo desde el enfoque de la sociología del periodismo o, también llamado, *news making*, que abreva principalmente de la perspectiva del llamado *interaccionismo simbólico*² y el cual comparte con la teoría de la estructuración el hecho de que la noticia es un constructo del periodista en el que intervienen desde los intereses empresariales y políticos de la organización hasta la propia visión del empleado que genera los contenidos tal como lo describe Salvador De León Vázquez (2002) parafraseando a María Elena Hernández y Gaye Tuchman:

Enfoca (la sociología del periodismo) las noticias como un producto social a través del cual se otorga sentido a la realidad por medio de narraciones acerca del acontecer. Tales narraciones, a su vez, se encuentran mediadas por lógicas organizacionales complejas que de alguna manera inciden, entre otras cosas, sobre las significaciones que los periodistas hacen del mundo. Esta perspectiva se ubica en el paradigma de las Sociologías Interpretativas, ya que sus planteamientos teórico-metodológicos se fundamentan en el interaccionismo simbólico (Hernández, 1997: 222) y en la fenomenología social (Tuchman, 1983: 220) (p. 38).

Por su parte, la teoría de la estructuración es resultado de la reflexión que hace Giddens (1984) acerca de las aportaciones de los tres padres de la sociología clásica europea: Emile Durkheim, Karl Marx y Max Weber, además de la aportación

² El *interaccionismo simbólico* es un término acuñado por Herbert Blumer en 1938 y desarrollado principalmente por George Herbert Mead, quien dio clases en la Universidad de Chicago, y descrito por el propio Giddens (1998) como mayormente preocupado por los procesos sociales micro o pequeños.

que toma de la microsociología estadounidense y la crítica que le dedica al funcionalismo y al estructuralismo de Talcott Parsons.

La teoría de la estructuración es resultado de la revisión crítica del legado de la tradición sociológica y del replanteamiento de los problemas fundamentales de la teoría sociológica. Como síntesis conceptual combina articuladamente la crítica al estructuralismo y al funcionalismo, con las contribuciones del marxismo, la sociología weberiana, la fenomenología, las conclusiones de estudios con una orientación que parte de la etnometodología, del interaccionismo simbólico y de los resultados de investigaciones empíricas de psicología, historia, geografía y estudios culturales (Andrade, 1999: 131).

Es decir, este enfoque propuesto por la teoría de la estructuración, que incluye y enlaza lo macro y lo micro, tiene similitudes y diferencias con los que ya se han utilizado antes en investigaciones sobre rutinas productivas en redacciones de México y Latinoamérica; sin embargo, lo distinto estriba quizás en el abordaje de los fenómenos atacando desde dos flancos: el objeto y el sujeto, y centrándose no sólo en la producción de sentido, sino en la reproducción que se hace de ese sentido objetivado en prácticas, lo que el propio sociólogo inglés llama *recursividad*.

Para Giddens (1984), la *recursividad* es un continuo de prácticas que pueden ir modificándose en el mismo espacio, pero con el factor tiempo como diferencia; es decir, lo que él llama “la bifurcación del tiempo y el espacio” (p. 36) y que por sí misma representa un reto para la investigación sobre rutinas productivas y es complementaria de enfoques como los del *newsmaking*, tal como lo sugiere Gaye Tuchman (2002):

La constitución de la noticia, como la propia constitución de la sociedad, quizá se describe mejor como una estructuración compleja y continua (Giddens, 1984), que involucra componentes infraestructurales, organizacionales y discursivos. La noticia es tanto una estructura social permanente como un medio contestatario y de reflexión social. Un producto, así como un proceso productivo. Por ahora, la comprensión de que tradiciones de investigación aparentemente dispares representan perspectivas complementarias sobre el mismo objeto de análisis será un paso significativo en los estudios de producción de noticias (p. 90).

A diferencia de Latinoamérica y Estados Unidos, en Europa se ha desarrollado una continuidad de investigaciones sobre periodismo basadas de manera exclusiva en la teoría de la estructuración, donde académicos de origen alemán y suizo, principalmente, se han basado en el camino propuesto por Giddens (1984) para esquematizar su objeto de estudio y la *doble hermenéutica* para la obtención de datos y su posterior análisis.

El investigador alemán Klaus-Dieter Altmeppen (2007), en su trabajo, *The structure of news production. The organizational approach to journalism research*,

explica que la estructura de una redacción de noticias en una organización de medios es un contexto que posibilita o restringe el trabajo de los periodistas.

Altmppen (2007) refiere que, desde su perspectiva, la mejor forma de analizar el periodismo es como un proceso resultante de la combinación de los recursos de una organización periodística y de la agencia aplicada por los propios reporteros y en ese sentido recomienda como punto de partida la teoría de la estructuración.

Debido a que, en numerosas aproximaciones al periodismo, las estructuras son descritas usando los términos “reglas” y “recursos”, sería apropiado referir a la teoría de la estructuración, desarrollada por Giddens (1984). Él entiende estructuras como la intersección de reglas y recursos, un modelo que explica la enmienda de reglas (por ejemplo, el cambio de departamentos a equipos temáticos), las razones para el cambio (por ejemplo, el prerrequisito de reducción de costos) y cómo la asignación de recursos es renovada en los procesos de cambio (p. 58).

El investigador alemán establece algo que resulta clave para consolidar la pertinencia de la pregunta de investigación de la tesis de Velasco (2015), la cual se dirige a cuestionar la interpretación que hacen los periodistas de su contexto laboral y profesional; es decir, Altmppen (2007) refiere que los esquemas de interpretación de reporteros y editores pueden ser bosquejados como cruces de caminos con distintas vertientes de conducta:

Reglas de significación significan esquemas interpretativos, los cuales, por ejemplo, dan a los periodistas un significado preciso de su trabajo [...] Ellos podrían perseguir ciertas concepciones de rol o, por otro lado, dirigirse hacia el periodismo de mercado y concentrarse en conseguir la más amplia audiencia posible (p. 58).

Las ventajas, según Altmppen (2007), de utilizar la teoría de la estructuración como base teórica para una investigación de periodismo es el hecho de que ésta genera una radiografía más nítida de lo que hay detrás de los conflictos dentro de una redacción periodística.

Un diseño teóricamente dirigido, basado quizás en la teoría de la estructuración, genera definiciones más exactas de lo que la estructura del periodismo es. Colocando estas definiciones dentro de variables se posibilita al investigador para reconstruir la realidad organizacional y le permite “buscar detrás de la escena” de mapas organizacionales, donde la vida organizacional realmente ocurre (p. 63).

Despliegue de la propuesta teórica-metodológica

En la tesis de Velasco (2015), la ejecución de la propuesta teórico-metodológica comienza desde el Capítulo 1, donde se describe a profundidad aspectos de lo observado por el autor durante sus 12 años de estancia en el diario *Mural*; es decir,

una relatoría exhaustiva de la rutinización y ordenamiento del trabajo y de las prácticas dentro de la organización.

Este primer apartado de la tesis es dividido por el autor en cuatro grandes temas: a) Manual de estilo; b) Normas internas no escritas; c) Facilidades, recursos o herramientas que brinda la empresa y d) Conocimientos adquiridos durante la formación personal y escolar. Estos títulos, a su vez, se ramifican en subtítulos en donde se explica con el mayor detalle posible y de manera sincrónica las prácticas normadas por la empresa y su evolución temporal y tecnológica.

Sólo para ejemplificar, se explica aquí cómo en el texto debajo del título: “Manual de estilo”, se relata de qué se trata este conjunto de normas que contiene reglas de escritura, de vestimenta y principios deontológicos que contribuyen a mantener una disciplina organizacional bajo la estricta vigilancia del director y de los coordinadores del diario, y cuya aplicación es enseñada y exigida a reporteros y editores a través de un “curso de inducción”, que refuerza las políticas de conducta que la organización espera de sus empleados:

El curso de inducción estaba enfocado en mostrar a los nuevos reporteros la importancia de cumplir estrictamente con las normas contenidas en el Manual de Estilo para buscar, decían los directivos, profesionalizar la actividad de los empleados de la empresa. El manual servía como una especie de libro de texto en la enseñanza impartida. Se hacía mucho énfasis, por ejemplo, en el uso de vestimenta formal, que consistía en no utilizar en ninguna circunstancia pantalones de mezclilla o tenis para trabajar. En el caso de los hombres, en traer obligadamente camisa con corbata, pantalón de vestir y zapatos formales de lunes a viernes. Además, se remarcaba mucho el hecho de la exclusividad de la información que se recopilaba y la importancia de no sostener relaciones amistosas con miembros de otros medios o de las fuentes informativas para evitar el compartir datos, así como el evitar estrictamente recibir dádivas de cualquier tipo por parte de los informantes, ya sea en forma de dinero, de obsequios o de algún tipo de alimento. Finalmente, también se hacía mucho énfasis en la separación que tenían dentro de la empresa las decisiones del área editorial y del área comercial, esto, se nos explicaba, con el fin de evitar mezclar o supeditar la intención de darle un servicio social al lector a los intereses comerciales de los anunciantes (Velasco, 2015: 21-22).

El relato del Capítulo 1 es reforzado posteriormente en el Capítulo 4, donde el subtítulo: “El periódico *Mural*, un caso de estudio” (p. 113) precede a una narración más puntual, sin emisión de puntos de vista personales y con horarios de las prácticas cotidianas de editores y reporteros en un día de trabajo. Con estos relatos lo que el autor hace es cubrir la parte estructural del objeto de estudio, lo que posteriormente se entiende como las condiciones que prevalecen en el contexto laboral y profesional de los periodistas.

Hasta aquí, se produce en la tesis de Velasco (2015) la cobertura de los 2 primeros pasos de los 4 que propone el propio Giddens (1984) para poder materializar

la parte empírica de su propuesta. El camino trazado por el sociólogo inglés va como sigue:

1. Elucidación hermenéutica de marcos de sentido.
2. Investigación del contexto y la forma de una conciencia práctica.
3. Identificación de los límites de un entendimiento.
4. Especificación de regímenes institucionales.

Enseguida se pasa a la parte de la comprensión de los agentes sobre las condiciones del contexto de los periodistas, lo cual incluye la forma de una conciencia práctica de los propios editores y reporteros y de los gerentes de la empresa; esto también lo hace el autor en coherencia con la pregunta principal que plantea la propia teoría de la estructuración:

¿Por qué elegir la teoría de la estructuración como base conceptual para dilucidar lo que subyace a las interpretaciones de los periodistas? La respuesta la podemos encontrar inserta en la pregunta principal que se hace Anthony Giddens en su obra *La Constitución de la Sociedad* (1984): “¿En qué condiciones se puede decir que la conducta de actores individuales reproduce las propiedades estructurales de colectividades mayores?” (p. 24) (Velasco, 2015: 88).

Para desarrollar y conceptualizar la parte de la “comprensión” o “interpretación” que hacen los periodistas de las condiciones referidas, se hace entonces el esquema de cómo Giddens concibe a los actores sociales y su agencia (habilidades y conocimientos). Esta agencia que cada agente utiliza para intervenir en aprehender lo que observa de su entorno, en este caso del periodismo, y saber exactamente qué acepta y qué rechaza para aplicarlo en sus propias prácticas; es decir, construyendo una responsabilidad social que representa los límites y los alcances que el propio ser humano le pone al ejercicio de una actividad, en este caso, de la toma de decisiones dentro de una redacción de un diario en donde se generan contenidos noticiosos.

La intersección de agencia y sistema social es lo que el sociólogo inglés denomina *dualidad de estructura*, que es justamente donde ubica a los objetos de estudio y los analiza para, mediante la *hermenéutica doble* extraer recursos de autoridad, recursos de asignación, convicciones, obligaciones, habilitaciones e inhabilitaciones que sirven para medir o entender en qué medida están priorizadas las convicciones o habilitaciones del agente, digamos en este caso del periodista, al ejercer su actividad profesional.

El despliegue de la propuesta metodológica; es decir, del camino a seguir para extraer los datos se desdobra en el Capítulo 4: “El uso de la *hermenéutica doble*”.

En esta parte de mi argumentación explico la manera en la que empíricamente obtuve los datos necesarios para mi investigación y los elementos que tomé en cuenta para pre-

sentar los resultados que cumplen con mi objetivo principal: *Identificar y describir la interpretación que hacen reporteros y editores que trabajen en un diario impreso sobre las condiciones que existen en su contexto laboral y profesional para el cumplimiento de la responsabilidad social asociada a la práctica del periodismo*. Para la interpretación de estos datos me propuse la aplicación de la *hermenéutica doble*, que el propio Giddens (1984) plantea, para dilucidar cuáles son las interpretaciones de los seres humanos sobre las condiciones que prevalecen en el contexto laboral y profesional en el que se desempeñan, es decir, los recursos de autoridad y de asignación que intervienen en la recopilación, escritura y jerarquización de la información periodística que hacen reporteros y editores (Velasco, 2015: 106-107).

La aplicación de este camino de extracción de datos requiere en sí mismo de un trabajo de interpretación que hace el investigador sobre el desempeño del agente en su campo de acción (conciencia práctica) y sobre sus explicaciones y justificaciones (conciencia discursiva), que el propio Giddens reconoce como un procedimiento que requiere un amplio dominio del observador sobre la parte del sistema social en donde se desenvuelve la actividad del sujeto en estudio.

Este entendimiento del investigador sobre las interacciones que se indagan es fundamental para transitar al siguiente paso del método de Giddens, que es la elaboración de los cuestionarios y la elección de la muestra.

Velasco (2015) explica en su tesis que decidió entrevistar a reporteros y coeditores de *Mural* basado en el estudio de 1955 de Warren Breed “Social control in the newsroom”, donde el académico sostiene que son los trabajadores que él denomina “staffers” los que mayor interacción tienen con las normas internas de la organización, además de que eligió únicamente miembros de la sección Comunidad del diario tal como lo explica a continuación:

Por lo tanto, y tomando en cuenta que nuestro caso de estudio es el periódico *Mural* del Grupo Reforma, se determinó las características que deberán reunir los entrevistados [...] Que fueran empleados de *Mural* que se desempeñaran como coeditores o reporteros. Tomé como base a estos dos puestos de trabajo, ya que como explica Warren Breed (1955) las actitudes o intereses de los empleados de un periódico, que él clasifica como staffers, “estarían, y frecuentemente lo están, en conflicto con los puntos de vista de los ejecutivos” (Breed, 1955, p. 326) [...] Se buscaron un total de 10 entrevistas, con reporteros y coeditores de la sección Comunidad (aunque sólo se lograron 9 al final por cuestiones de saturación de agenda de uno de los entrevistados), por considerar que el número es adecuado para realizar una buena contrastación entre las respuestas. Se eligió la sección Comunidad, ya que es donde se publica toda la información de Guadalajara o de Jalisco relacionada con eventos políticos o comunitarios y porque es donde creo que hay un mayor contacto de los periodistas con temas relacionados con el cumplimiento de un servicio social a la comunidad de la ciudad o del estado (pp. 118-119).

En cuanto a la elaboración de los cuestionarios, que en total fueron 9 los que se aplicaron, el tesista destaca que se elaboraron las preguntas en cuanto a lo observado a lo largo de 12 años como empleado del diario para extraer explicaciones o justificaciones sobre acciones en las que los propios periodistas muchas veces no son conscientes de sus límites y alcances al llevar a cabo ciertas rutinas:

Al preguntarle a reporteros y editores de *Mural* por el fluir diario de su actividad en el periodismo y por su opinión acerca de las condiciones organizacionales que existen en *Mural*, pudimos entonces dilucidar las propiedades estructurales que sobresalen en sus interpretaciones, que muchas veces son condiciones inadvertidas para el agente, es decir, estas propiedades estructurales son aquellas opiniones que denotan gusto o disgusto por alguna de las condiciones organizacionales sobre las que hablan, lo cual significa que con su interpretación están reproduciendo, muchas veces de manera inadvertida, reglas y recursos de su propia formación personal o bien, derivados de la ideología que han adquirido en la empresa para la que trabajan (p. 112).

Las preguntas de los cuestionarios fueron elaboradas de tal forma que se provocó el que reporteros y coeditores hablaran de una cotidianidad en la que muchas veces, según el autor, no existe la visión consciente de lo que se hace y por qué se hace, pero que tienen implicaciones en la generación de contenidos noticiosos. Este postulado de Giddens (1984), en conjunto con la revisión de literatura referida en el Capítulo 2, donde se da cuenta de reflexiones y resultados arrojados por Paul M. Hirsch (1980), Herbert J. Altschull (1988), John McManus (1994), Cecilia Cervantes Barba (1995), Pamela J. Shoemaker y Stephen D. Reese (1994), Josep Gómez-Mompart y Enric Marín (1999), Peter Gade (2004), Mark Deuze (2005), María Elena Hernández (2010), Klaus Dieter Altmeyen (2007) y Vizenz Wyss (2004) dieron por resultado un primer filtro de ideas.

Velasco (2015) eligió los temas haciendo consideraciones sobre la cotidianidad de reporteros y coeditores de *Mural* para formar el cuestionario base que, de acuerdo con el flujo de la propia entrevista, se fue modificando aumentando o suprimiendo reactivos y el resultado del instrumento de investigación con los siguientes tópicos generales: “buscando en las reservas de conocimiento”; “buscando en los procedimientos de recopilación de información” y “buscando en los procedimientos de escritura de la noticia”. Por cuestiones de espacio se ejemplifica con las preguntas derivadas de la primera temática:

Buscando en las reservas de conocimiento:

1. ¿En qué momento de su vida y por qué decidió dedicarse usted al periodismo?
2. ¿En dónde estudió periodismo?
3. ¿Qué recuerda más de sus estudios como periodista?

4. ¿En su casa se hablaba de periodismo?, ¿qué le decían sus padres o hermanos del periodismo?
5. ¿Qué es lo que más le atrae del periodismo?
6. ¿Qué es lo que menos le gusta del periodismo?
7. ¿Dónde inició su carrera como periodista?
8. ¿Cuándo y por qué llega a su actual empresa?
9. ¿Qué fue lo que le llamó la atención de su empresa actual para trabajar en ella?
10. ¿Podría describir cómo es la cotidianidad en un día de su trabajo como periodista? (Velasco, 2015: 130).

Las respuestas arrojadas por estos cuestionarios fueron entonces analizadas mediante la *doble hermenéutica* para extraer convicciones y/o habilitaciones y obligaciones y/o inhabilitaciones en función de las cuatro categorías que fueron elegidas: manual de estilo; normas internas no escritas; facilidades, recursos o herramientas que brinda la empresa para el trabajo, y conocimientos adquiridos durante la formación personal:

Las respuestas obtenidas arrojaron las siguientes categorías y subcategorías que me permitieron encontrar una mayor riqueza en el tipo de recursos de autoridad y de asignación que buscaba de manera deductiva desde de la teoría de la estructuración. A través de la lectura y reflexión sobre las respuestas que me fueron dando los entrevistados, es decir, de manera inductiva, pude elaborar el siguiente modelo que incluye cuatro categorías (manual de estilo; normas internas no escritas; facilidades, recursos o herramientas que brinda la empresa para el trabajo, y conocimientos adquiridos durante la formación personal):

Recursos de autoridad y de asignación en el trabajo periodístico:

1. Manual de estilo.
 - 1.1. Manual de estilo como modelo a seguir.
 - 1.2. La información como garantía de buena salud de las instituciones públicas o privadas.
 - 1.3. Apego a la verdad.
 - 1.4. Conducta profesional.
 - 1.5. Código de vestimenta formal.
 - 1.6. Mantenerse informado sobre todo lo que ocurre en sus fuentes informativas.
 - 1.7. Dar contexto de la información a publicar.
 - 1.8. Investigación y contrastación de la información.
2. Normas internas no escritas.
 - 2.1. Distinguirse de los reporteros de otras empresas.
 - 2.2. Ofrecer información novedosa o llamativa.
 - 2.3. Ofrecer información útil y de orientación social.
 - 2.4. Ofrecer información exclusiva, es decir, que ningún otro medio conozca.

- 2.5. Tiempo destinado a la investigación y elaboración de un producto editorial.
- 2.6. No entablar relación de ningún tipo con reporteros de otro medio.
- 2.7. Utilizar un estilo de escritura atractivo.
- 2.8. Tipo de temas encargados en cobertura.
- 2.9. Autonomía del reportero para elegir temas.
- 2.10. Jerarquización de la información por parte de editores en jefe y gerentes.
- 2.11. Agendas de trabajo y fuentes informativas de los reporteros.
- 2.12. Sistema de incentivación y promoción interna.
- 2.13. Percepción sobre el prestigio de la empresa para la que se trabaja.
3. Facilidades, recursos o herramientas que brinda la empresa para el trabajo.
- 3.1. Instalaciones y facilidades de espacio y mobiliario que brinda la empresa.
- 3.2. Recursos económicos y legales para el soporte del trabajo de los reporteros.
- 3.3. Nivel salarial y prestaciones laborales.
- 3.4. Formación y capacitación de recursos humanos a través de un curso de inducción.
- 3.5. Distribución y cantidad de espacio destinado a los productos editoriales.
- 3.6. Distribución del espacio destinado a fines comerciales.
4. Conocimientos y conceptos adquiridos durante la formación personal.
- 4.1. Apego a los conceptos recibidos durante la formación universitaria.
- 4.2. Apego a la formación recibida en la familia (pp. 133-135).

La metodología seguida se dirigió entonces hacia la extracción y clasificación de los datos obtenidos de las respuestas que arrojaron los cuestionarios utilizando una nomenclatura sugerida por el propio Velasco (2015).

presento una tabla sobre la clasificación que hice de las interpretaciones de los periodistas. En dicha tabla utilicé la siguiente nomenclatura: E (Entrevistado); C/H (Convicción/Habilitación); O/I (Obligación/Inhabilitación); S/M (Sin mención). La etiqueta C/H se la otorgué a aquellas interpretaciones en donde interpreté que el reportero pondera tal recurso de autoridad o de asignación como algo que le causa una convicción o que es algo que pondera como un elemento que lo habilita o lo ayuda a cumplir con una responsabilidad social asociada al desempeño de su profesión, mientras que la etiqueta O/I se la otorgué a las respuestas en donde los periodistas se refieren a algún recurso de autoridad o de asignación como algo a lo que se ven obligados a realizar o algo con lo que no están de acuerdo o que los inhabilita para llevar a cabo su trabajo (p. 139).

El autor elaboró entonces un formato de vaciado de interpretaciones respecto a recursos de autoridad y de asignación (Tabla 1) para ir colocando, según su propia interpretación, las respuestas correspondientes a las categorías e ir clasificando con la nomenclatura el tipo de respuesta (C/H, o bien, O/I) que él consideraba se había producido por parte del periodista. Fueron llenados nueve formatos, uno por periodista entrevistado.

Tabla 1
Factores organizacionales que intervienen en la configuración
del sentido de responsabilidad de los periodistas

Manual de estilo

- Manual de estilo como modelo a seguir
- La información como garantía de buena salud de las instituciones públicas o privadas
- Apego a la verdad
- Conducta profesional
- Código de vestimenta formal
- Mantenerse informado
- Dar contexto de la información a publicar
- Investigación y contrastación de la información

Normas internas no escritas

- Distinguirse de los reporteros de otras empresas
- Ofrecer información novedosa o llamativa
- Ofrecer información útil y de orientación social
- Ofrecer información exclusiva, que nadie más conozca
- Tiempo destinado a la investigación y redacción de un producto editorial
- No entablar relación de ningún tipo con reporteros de otro medio
- Utilizar un estilo de escritura atractivo
- Tipo de temas encargados en cobertura
- Autonomía del reportero para elegir temas

Facilidades, recursos o herramientas que brinda la empresa para el trabajo

- Instalaciones y facilidades de espacio y mobiliario que brinda la empresa
- Recursos destinados a facilitar el desempeño de los reporteros
- Nivel salarial e incentivos laborales

Conocimientos y conceptos adquiridos durante la formación personal

- Concepción sobre los “deberes” del periodista y del periodismo
- Apego a los conceptos recibidos durante la formación universitaria
- Utilizar un estilo de escritura atractivo
- Tipo de temas encargados en cobertura

Fuente: Velasco (2015: 220).

Velasco (2015) explica que utilizó la referencia que él ya tenía desde la parte de la descripción de las acciones durante la cotidianidad que se vivía en la redacción de *Mural* durante su estancia como empleado y en conjunto con la propia experiencia que había tenido durante 12 años.

Al analizar cada una de las respuestas que los periodistas me fueron brindando en sus entrevistas pude ir detectando qué situaciones que se le presentan en su cotidianeidad las considera como una convicción o deber moral y cuáles como una obligación de tipo

laboral, legal o económica. Dentro de estas situaciones cotidianas, el periodista nombra o “menciona” recursos de asignación o de autoridad con un tono de convencimiento o de rechazo hacia estos mismos recursos que forman parte de su contexto laboral y social. Estas “menciones”, que representan la *recursividad* de los recursos, las fui contabilizando para tratar de encontrar una “normalidad” en la manera en la que reporteros y editores interpretan las condiciones que existen en su contexto laboral y social (p. 137).

Tras hacer este vaciado de cada una de las entrevistas de reporteros y coeditores, Velasco (2015) lleva a cabo una tabla de datos (Tabla 2) que permiten ver aquellas premisas que arrojaron los periodistas durante su entrevista agrupadas por sujeto entrevistado.

Tabla 2 Interpretaciones de editores y reporteros sobre recursos de autoridad y de asignación agrupadas por sujeto entrevistado									
Recursos de autoridad y de asignación	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9
1. Manual de estilo									
1.1. Manual de estilo como modelo a seguir	C/H	C/H	C/H	S/M	C/H	S/M	C/H	S/M	S/M
1.2. La información como garantía de buena salud	S/M	C/H	S/M	C/H	C/H	S/M	C/H	C/H	S/M
1.3. Apego a la verdad y la no aceptación de dádivas por parte de las fuentes	C/H	S/M	C/H	S/M	S/M	O/I	S/M	S/M	C/H
1.4. Conducta profesional	S/M	S/M	S/M	S/M	S/M	O/I	S/M	C/H	S/M
1.5. Código de vestimenta formal	S/M	S/M	S/M	S/M	S/M	S/M	C/H	S/M	S/M
1.6. Mantenerse informado sobre todo lo que ocurre en sus fuentes informativas	S/M	S/M	C/H	C/H	S/M	C/H	S/M	S/M	S/M
1.7. Dar contexto de la información a publicar	S/M	S/M	S/M	S/M	C/H	C/H	S/M	S/M	S/M
1.8. Investigación y contrastación de datos	C/H	S/M	C/H	S/M	C/H	C/H	S/M	S/M	S/M
2.- Normas no escritas									
2.1. Distinguirse de los reporteros de otras empresas	C/H	C/H	S/M	S/M	S/M	O/I	S/M	S/M	C/H
2.2. Ofrecer información novedosa o llamativa	C/H	S/M	O/I	S/M	S/M	C/H	S/M	S/M	C/H
2.3. Ofrecer información útil y de orientación social	C/H	S/M	C/H	C/H	C/H	C/H	C/H	C/H	C/H
2.4. Ofrecer información exclusiva, es decir, que ningún otro medio conozca	C/H	S/M	C/H	S/M	S/M	O/I	C/H	S/M	S/M
2.5. Tiempo destinado por la empresa para la entrega de un producto editorial	O/I	S/M	C/H	O/I	O/I	O/I	C/H	O/I	O/I

Recursos de autoridad y de asignación	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9
2.6. No entablar relación de ningún tipo con reporteros de otro medio	S/M	S/M	S/M	S/M	S/M	O/I	S/M	S/M	S/M
2.7. Utilizar un estilo de escritura atractivo	C/H	S/M	S/M	S/M	C/H	C/H	C/H	C/H	S/M
2.8. Tipo de temas encargados en cobertura	O/I	C/H	C/H	C/H	O/I	S/M	O/I	O/I	S/M
2.9. Autonomía del reportero para elegir temas	C/H	C/H	C/H	C/H	S/M	C/H	C/H	C/H	C/H
2.10. Jerarquización de la información por parte de editores en jefe y gerentes	O/I	O/I	C/H	O/I	S/M	S/M	O/I	S/M	C/H
2.11. Agendas de trabajo y fuentes informativas	O/I	O/I	S/M	S/M	O/I	C/H	S/M	S/M	S/M
2.12. Sistema de incentivación y promoción	S/M	S/M	S/M	S/M	S/M	O/I	C/H	S/M	S/M
2.13. Percepción sobre el prestigio de la empresa para la que se trabaja	C/H	C/H	S/M	C/H	S/M	S/M	S/M	S/M	S/M
3. Facilidades y recursos para el trabajo									
3.1. Instalaciones y facilidades de la empresa	C/H	S/M	O/I	S/M	S/M	S/M	S/M	S/M	S/M
3.2. Recursos económicos y legales para el soporte del trabajo de los reporteros	S/M	S/M	S/M	S/M	S/M	C/H	O/I	C/H	S/M
3.3. Nivel salarial y prestaciones laborales	C/H	C/H	S/M	S/M	C/H	C/H	S/M	C/H	S/M
3.4. Formación y capacitación de recursos humanos a través de un curso de inducción	S/M	S/M	S/M	S/M	S/M	S/M	S/M	S/M	C/H
3.5. Distribución y cantidad de espacio destinado a los productos editoriales	O/I	C/H	S/M	S/M	S/M	S/M	O/I	O/I	S/M
3.6. Distribución de espacio destinado a fines comerciales	S/M	S/M	O/I	S/M	C/H	S/M	S/M	O/I	C/H
3.7. Ambiente laboral	C/H	S/M	S/M	C/H	S/M	S/M	S/M	C/H	S/M
4.- Conocimientos y formación personal									
4.1. Apego a los conceptos recibidos durante la formación universitaria	C/H	C/H	C/H	O/I	C/H	C/H	O/I	O/I	C/H
4.2. Apego a la formación recibida en la familia	C/H	S/M	C/H	C/H	S/M	S/M	S/M	C/H	O/I
4.3. Apego a los conceptos de un estilo o ideología particular para hacer periodismo	S/M	S/M	C/H	S/M	S/M	S/M	S/M	C/H	S/M
Cantidad de O/I	5	2	3	3	3	7	5	5	2
Cantidad de C/H	15	9	13	8	9	11	9	10	9
Número de entrevistado	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9

Fuente: Velasco (2015: 140-143).

Con el fin de ejemplificar el tipo de análisis que hace Velasco (2015) en su Capítulo 4 sobre las respuestas de los periodistas, el autor explica que el recurso de asignación que mayor número de menciones del tipo “O/I”, es aquel que se refiere al tiempo que les da la empresa para llevar a cabo su trabajo y lo poco que le pueden dedicar de esa manera a la investigación y profundización de la información que podría tener una mayor contrastación de datos o de fuentes con versiones distintas de un mismo hecho:

De acuerdo a mi interpretación de las respuestas de reporteros y editores, la condición laboral que más desapego o rechazo genera entre los nueve periodistas de la sección Comunidad del diario *Mural* que entrevisté es el “tiempo que la empresa les da para realizar sus productos editoriales” (recurso número 2.5). Es decir, tanto reporteros como editores encuentran que la cantidad de horas o días que les brindan sus jefes inmediatos para culminar un trabajo es insuficiente y es causa de apuro y disminución de la calidad de los textos o productos audiovisuales que se generan para alimentar cada una de las plataformas tecnológicas en las que se publica. El E6, por ejemplo, explica que al reportero se le genera una presión al legitimarle el ser muy rápido para terminar su producto y que aparezca en el sitio web oficial o en las redes sociales del diario, de hecho, el E6 es el entrevistado que más claramente se refiere a la aparición de la plataforma digital como un factor que cambia la manera en la que se tiene que responder para hacer méritos como periodista dentro de *Mural* (p. 146).

De esa manera, el autor de la tesis va relacionando el número de menciones que recibe cada recurso de autoridad y de asignación con el tipo y el número de respuestas que recibe, sacando conclusiones que luego refleja en la última parte de su investigación.

Apreensión de la responsabilidad social en el periodismo

En sus conclusiones, Velasco (2015) refiere que la utilización de la teoría de la estructuración le permitió hacer una reflexión profunda pudiendo conectar las prácticas de los periodistas con instituciones sociales de larga permanencia en un sistema social que está interconectado entre sus diversas regiones por las modalidades de estructuración; es decir, por un horizonte de legitimidad que le da soporte moral a las normas que cada periodista sigue por convicción o por obligación y que le dan sentido a su acción cotidiana marcándole una responsabilidad social que, al mismo tiempo, le proporciona límites y alcances a lo que hace o deja de hacer en su desempeño profesional.

Una de las satisfacciones más grandes que me deja el presente trabajo es el haber entablado una relación sólida entre la forma y el fondo de mi investigación, es decir, entre el camino elegido para obtener los datos de mi objeto de estudio y lo que finalmente pude esclarecer mediante el análisis hermenéutico. La construcción de mi objeto de estudio

fue algo que hice mientras fui profundizando en el camino teórico-metodológico propuesto por Anthony Giddens y, al mismo tiempo, mientras dejaba atrás, poco a poco, la mirada ingenua y afectada emocionalmente por mi estancia de 12 años dentro de *Mural*, tanto como reportero, como coeditor. El proceso de entender cómo se debía conformar el objeto de estudio y la manera de abordarlo estuvo lleno de imprecisiones que fui solventando poco a poco al ir entendiendo cada vez más la manera de asir metodológicamente algo que parecía tan etéreo como la opinión de periodistas sobre las condiciones de su contexto laboral y profesional en el cumplimiento de una responsabilidad social asociada a la práctica del periodismo (pp. 191-192).

Algo de lo que costó más trabajo, según el propio Velasco (2015), fue encontrar literatura que diera soporte intelectual y empírico a la aplicación de la teoría de Giddens al campo de los estudios de periodismo, ya que prácticamente no había aplicaciones del aparato teórico metodológico de la estructuración en investigaciones llevadas a cabo en Latinoamérica, sino que dichas investigaciones han sido elaboradas en Europa, en idiomas como el inglés y el alemán.

El entender los trabajos hechos por Wyss (2004) o Altmeyden (2007) en el estudio del periodismo fue fundamental para conseguir aterrizar en una actividad como el periodismo un esquema que puede resultar tan general como el de Giddens, cuya teoría es considerada de gran alcance por la forma de preguntarse sobre la recursividad, concepto que engloba a los recursos y a las reglas, es decir, el conjunto que, en el planteamiento del sociólogo inglés, forman objeto y sujeto y cuya interacción conforma al sistema social en el que todos los seres humanos, no sólo los periodistas, se desenvuelven (p. 192).

La aplicación del aparato teórico-metodológico de Giddens le da a Velasco (2015) la posibilidad de develar los límites y alcances que ellos mismos trazan al ejercer una responsabilidad social, en la cual se transparenta, a través de la selección de respuestas mediante la doble hermenéutica y el cruce de datos que se hace, una clara tendencia del periodista a entender la bonanza económica de su medio y la rentabilidad de sus procesos como un beneficio para sus percepciones salariales y su prestigio como profesional de los medios, aunque también se dejan ver los conflictos que hay en la manera en la que dicha búsqueda de una mayor ganancia se produce por parte de la interpretación que hacen los directores y coordinadores para propiciar un aumento en los ingresos.

Aunque al comienzo de mi investigación una de mis hipótesis era que el empeño de la empresa por generar más ingresos era un factor de conflicto para reporteros y editores, en realidad los periodistas no están en desacuerdo con este factor debido a que al haber una mayor recaudación mediante la publicidad o las ventas de ejemplares, se tiene la idea de que la bonanza alcanzará a los salarios de los empleados también. Al interpretar

las respuestas puede percibirse que en realidad el desacuerdo está en cómo se consigue ese aumento en los ingresos de la empresa (p. 195).

La necesidad de utilizar una gran teoría para la comprensión profunda y la comprobación empírica de procesos que caen en los terrenos tradicionalmente de la microsociología o del interaccionismo simbólico para conectar la agencia de los actores sociales con instituciones que transversalmente afectan a casi todas las regiones de un sistema social y con condiciones que parecen cotidianas, pero que encierran motivos y razonamientos que no se transparentan en investigaciones que sólo abarcan consideraciones muy propias del campo de acción de los sujetos de estudio, o bien por aquellas indagaciones que tratan de explicar fenómenos tomando en cuenta sólo condiciones que someten la voluntad del ser humano a relaciones de poder como el caso de los enfoques en los Estudios sobre Periodismo desde la economía política (Reyna, 2016), es un tema que se viene debatiendo en el campo de la comunicación desde comienzos del siglo XXI tal como lo resalta Klaus Bruhn Jensen (2002):

Una respuesta a la dificultad de determinar los efectos a largo plazo de los medios de comunicación sobre los seres humanos y sus sociedades en los estudios empíricos ha sido un retorno, durante al menos una década, a las teorías más grandes de cultura y sociedad [...] La gran teoría, sin embargo, no excluye las pruebas empíricas. Un ejemplo es la investigación sobre el “estilo de vida” y, más ampliamente, sobre las “formas de vida” de las diferentes clases sociales. Aquí, la obra seminal de Bourdieu sobre el “habitus”, el “capital cultural” y su papel en diferentes campos sociales de la práctica ha sido especialmente influyente. Además, sin embargo, la investigación sobre estilos de vida se ha convertido en un encuentro sorprendente de teóricos sociales críticos y profesionales del marketing. Los dos grupos están unidos por una ambición de entender las formas, los valores y los estilos culturales no sólo como expresiones individuales, sino como la manifestación de estructuras sociales encarnadas, persistentes, pero disputadas. Esta perspectiva se debe en parte al “redescubrimiento” de la agencia y la reflexividad en la teoría social actual, incluyendo a Bourdieu y Giddens, a raíz de la coexistencia conflictiva del funcionalismo estructural y el marxismo en el período posterior a 1945 (pp. 151-152).

El camino elegido para esquematizar el aparato teórico-metodológico de Giddens representó para Velasco un reto que, aunque según sus propias observaciones es vulnerable desde el punto de vista de lo especulativo que puede resultar la doble hermenéutica como metodología, también sienta el precedente para establecer un nuevo camino que aún puede dar mucho de sí en los estudios de periodismo en México y Latinoamérica, donde los retos para obtener datos empíricos en realidades muy complicadas como la creciente tendencia a la mercantilización de la información, la precariedad salarial, la falta de actualización tecnológica, el her-

metismo de las empresas de medios para permitir la indagación de sus procesos o la violencia sistemática contra los periodistas, son obstáculos de una complejidad que a veces parece insalvable, pero que puede ser solventada mediante enfoques intelectuales que diversifiquen las herramientas académicas para buscar respuestas desde enfoques teóricos distintos que arrojen evidencias más objetivas que la simple reflexión hecha a distancia y sin mucho sustento.

Bibliografía

- Altheppen, K. D. (2007). The structure of news production. The organizational approach to journalism research. En M. Löffenholtz y D. Weaver (Eds.), *Global journalism research theories, methods, findings, future* (pp. 52-64). Hoboken, Estados Unidos: John Wiley and Sons.
- Altschull, J. H. (1988). *Agentes de poder. La influencia de los medios informativos en las relaciones humanas*. México: Publigráficos, S. A.
- Andrade Carreño, A. (1999, mayo/agosto). La fundamentación del núcleo conceptual de la teoría de la estructuración de Anthony Giddens. *Sociológica*, 14 (40), 125-149.
- Cervantes Barba, C. (1995). ¿De qué se constituye el habitus en la práctica periodística? *Comunicación y Sociedad* (24), 97-125.
- De León Vázquez, S. (2002). La producción de noticias en Aguascalientes: cómo se construye el acontecer periodístico. Tesis de maestría no publicada. Universidad de Guadalajara, México.
- Deuze, M. (2005). What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6 (4), 442-464.
- Gade, P. J. (2004). Newspapers and organizational development: Management and journalist perceptions of newsroom cultural change. *Journalism & Communication Monographs*, 6 (1), 3-55.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society. Outline of the Theory of Structuration*. Berkeley/Los Ángeles, Estados Unidos: University of California.
- Giddens, A. (1998). *Sociología*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Gómez Mompart, J. L. y Marín Otto, E. (1999). *Historia del periodismo universal*. Madrid, España: Síntesis.
- Hernández Ramírez, M. E. (1997, mayo/agosto). La sociología de la producción de noticias. Hacia un nuevo campo de investigación en México. *Comunicación y Sociedad* (30), 209-242.
- Hernández Ramírez, M. E. (2010). Franquicias periodísticas y sinergias productivas en la prensa mexicana: en busca de nuevos modelos de financiamiento. *Estudios sobre periodismo. Marcos de interpretación para el contexto mexicano* (pp. 55-121). Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.
- Hirsch, P. M. (1980). Occupational, organizational and institutional models in mass media research: Toward an integrated framework. *Mass Communication Review, Yearbook*, 1 (pp. 265-294). Beverly Hills, Estados Unidos: Sage.
- Jensen, K. B. (2002). The humanities in media and communication research. En K. B. Jensen, *A handbook of media and communication research* (pp. 15-39). Londres, Inglaterra/Nueva York, Estados Unidos: Routledge.
- McManus, J. H. (1994). *Market-driven journalism. Let the citizen beware?* Londres, Inglaterra: Sage.
- Merchant Ley, D. D. (2010). Agentes invisibles: autorrepresentaciones y práctica del periodista en Mexicali. Tesis de maestría no publicada. Universidad Autónoma de Baja California, México.

- Reyna García, V. H. (2016, septiembre/diciembre). Cambio y continuidad en el periodismo mexicano: una revisión bibliográfica. *Comunicación y Sociedad* (27), 79-96, nueva época.
- Shoemaker, P. J. y Reese, S. D. (1994). *La mediatización del mensaje. Teorías de las influencias en el contenido de los medios de comunicación*. México: Diana.
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia*. México/Barcelona/Buenos Aires: Ediciones Gili.
- Tuchman, G. (2002). The production of news. En K. B. Jensen (Ed.), *A handbook of media and communication research* (pp. 78-90). Londres/ Nueva York: Routledge.
- Velasco, J. L. (2015, 28 de enero). Interpretación de editores y reporteros de las condiciones laborales que prevalecen en su contexto laboral y profesional para el cumplimiento de la responsabilidad social asociada a la práctica del periodismo. El caso del diario *Mural* de Guadalajara. Tesis de maestría no publicada. Universidad de Guadalajara, México.
- Wyss, V. (2004). Journalismus als duale Struktur. Grundlagen einer strukturationstheoretischen Journalismustheorie. En M. Löffenholtz (Ed.), *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch* (pp. 305-320). Wiesbaden, Alemania: vs Verlag für Socialwissenschaften.

Los periódicos de Guadalajara entre 1991 y 2011: el ocaso de la prensa industrial

Juan S. Larrosa-Fuentes¹

Palabras clave: Prensa industrial, prensa postindustrial, periódicos de Guadalajara, historia de la prensa.

Key words: Industrial press, post-industrial press, Guadalajara's newspapers, newspapers' history.

La historia de la prensa es una de las agendas de investigación pendientes en el campo de la comunicación en México. Aunque sí existen trabajos que aborden este tema, aún hace falta mucho por hacer. Este ensayo, que ofrece una historia económica de los periódicos generalistas en Guadalajara entre 1991 y 2011, busca contribuir a llenar este vacío académico. Las siguientes páginas contienen un recuento sobre cuáles fueron los periódicos que circularon en la capital del estado de Jalisco; qué características distinguieron su estructura de control y propiedad; cuál fue su modelo de negocios, y qué papel jugaron ante ciertos eventos históricos de índole global, nacional –y local– como crisis económicas, transiciones políticas y transformaciones sociales. En otras palabras, este texto está enfocado a la reconstrucción de algunas de las condicionantes histórico estructurales de esta industria cultural. Dicha contextualización histórica –sin ser un trabajo historiográfico– busca explicitar que el sistema de comunicación estudiado no operó al margen de otros sistemas y dinámicas sociales, y que por el contrario, se vio afectado por la complejidad de su época.

La contextualización histórica parte de la propuesta teórico metodológica de análisis histórico estructural de los medios de comunicación (Sánchez Ruiz, 1992b). El enfoque histórico estructural presupone que existe un campo en el cual los actores sociales pueden actuar libremente, pero bajo el ordenamiento de estructuras sociales. Estas estructuras están constituidas por prácticas e instituciones que están en constante creación y desarrollo y que dotan de sentido al presente. Estas “circunstancias”, como las nombra Sánchez Ruiz (1992b: 59), constituyen las estructuras económicas, políticas y culturales de la sociedad. En este sentido, la tarea del investigador que opta por la perspectiva histórico estructural es observar

¹ Egresado de la Maestría en Comunicación de la Universidad de Guadalajara; doctor en Medios y Comunicación por Temple University; coordinador del observatorio Q ITESO: Análisis Crítico de Medios de Comunicación, de 2007-2013; presidente de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información-Jalisco, de 2010-2013. Contacto: jlarrosa@gmail.com.

a los medios de comunicación como instituciones complejas, multidimensionales y que son producto de una serie de factores e inercias históricas. Los periódicos de Guadalajara vieron moldeada su existencia por el trabajo de sus dueños, directivos, editores, periodistas y administradores, por los reajustes propios de la industria, pero también por una serie de complejos factores de orden local, nacional y global, de los que ninguno de estos diarios pudo escapar o abstraerse. Este artículo, entonces, ofrece pistas para entender la historia económica de los periódicos en esa intersección entre las prácticas periodísticas locales y los elementos estructurales que condicionaron a esta industria comunicacional.

Para llevar a cabo el análisis histórico estructural existen cuatro categorías de análisis: niveles, dimensiones, zonas de articulación y mediaciones. Estas cuatro categorías ayudan a delimitar y deconstruir los objetos de estudio en toda su complejidad y multidimensionalidad. Para el caso de este trabajo utilicé solamente tres de las categorías: niveles, dimensiones y zonas de articulación. Los niveles de análisis son categorías que permiten agrupar o delimitar la mirada del investigador con respecto a las escalas de orden social a las que estará haciendo referencia. De ahí que se propongan niveles micro, meso y macro, que se pueden traducir a escalas de individuos, grupos sociales, instituciones u organizaciones, hasta niveles territoriales como un estado o provincia, un Estado-nación o un nivel global. Por otro lado, la “dimensión” es “el ángulo del análisis” o el “énfasis puesto en un aspecto determinado” (Sánchez Ruiz, 1992b: 71). Por ejemplo, las dimensiones de análisis más comunes son la económica, política, social, tecnológica, organizacional y cultural. La categoría “zona de articulación” es un concepto útil para analizar los espacios liminales donde los niveles y las dimensiones de análisis se entrecruzan y entreveran. Las zonas de articulación son una suerte de microscopio que sirve para entender cómo es que lo que está en observación, en este caso los medios de comunicación, se comportan en la intersección entre uno o más niveles, entre una o más dimensiones o, incluso, entre diversos niveles y dimensiones.

Una de las novedades metodológicas que ofrece este ensayo es la incorporación del análisis de coyuntura como parte del enfoque histórico estructural. Existen múltiples definiciones sobre qué es un análisis de coyuntura. En este trabajo retomo el análisis coyuntural que ha sido propuesto desde los estudios culturales y que tiene sus raíces en la tradición marxista, que va del propio Marx, hasta Gramsci y Stuart Hall (Pickard, 2014: 2). Una “coyuntura crítica” es un momento histórico que condensa y cristaliza una serie de contradicciones de un sistema político, económico, cultural o social. Este momento implica una ruptura en el orden de cosas dominante (*status quo*) y da paso a un reacomodo de los sistemas sociales, y en algunos casos –los menos– a su transformación radical. Este momento, por supuesto, no surge por generación espontánea: por el contrario, es resultado de lo que Stuart Hall llama un “arco de desarrollo histórico” y que tiene su clímax, precisamente, en la coyuntura crítica (Jhally, 2012). Una coyuntura crítica, entonces, permite al investigador centrarse en un momento histórico en el cual puede observarse

la compleja y contradictoria naturaleza de los procesos sociohistóricos. Un caso que ilustra este concepto es la caída del Muro de Berlín. Esa coyuntura histórica condensa, en un acto simbólico, todo un arco de desarrollo que incluye a grandes rasgos, el nacimiento y caída de diversos regímenes comunistas. La caída del muro no significó que ese día murió el experimento socialista: ese día se hicieron evidentes sus contradicciones y las razones por las cuales se convirtió en un proyecto inconcluso. Para entender esa coyuntura, el investigador observa sí, la caída del muro, pero todo el arco de desarrollo que llevó a que esto ocurriera.

Estas dos orientaciones teórico metodológicas –el análisis histórico estructural y de coyuntura– constituyen el marco analítico para este trabajo de investigación. El objetivo central del texto es ofrecer una narración de la historia de los periódicos generalistas que circularon en la ciudad de Guadalajara entre 1991 y 2011. La dimensión que predomina en esta narración es la económica y está construida a partir de la orientación crítica que ofrece la escuela de economía política de la comunicación (véanse por ejemplo: Graham, 2006; McChesney y Schiller, 2003; Mosco, 2009; Quirós Fernández, Sierra Caballero y Quirós Fernández, 2001; Sánchez Ruiz y Gómez García, 2009). Sin embargo, la dimensión económica tiene importantes zonas de articulación con otras dimensiones, como la política, social y tecnológica, a través de las cuales se pueden observar las relaciones de la prensa con el poder, la forma en la cual el sistema de comunicación sirvió a sus audiencias, y cómo fue que el uso de tecnología cambió las formas de producir los periódicos en el periodo de estudio.

Los niveles de análisis en los que se mueve este trabajo son múltiples y están relacionados con el análisis coyuntural. Para realizar el análisis seleccioné seis coyunturas históricas que me parecieran pertinentes para leer la vida de la prensa en Guadalajara: las explosiones del 22 de abril de 1992; la crisis económica de México en 1994; el triunfo electoral del Partido Acción Nacional (PAN) en Jalisco en 1995; el auge de la economía regiomontana, expresada entre otras cosas en la instalación de dos consorcios periodísticos en Guadalajara en 1998 (Grupo Reforma y Grupo Milenio), así como las crisis económicas de 2002 y 2008. Como puede observarse, el análisis utiliza distintos niveles y toca aspectos globales como las crisis financieras, procesos nacionales –como la expansión de grupos periodísticos regiomontanos– y acontecimientos locales, como las explosiones del 22 de abril y la transición partidista de 1995. Por supuesto, estas coyunturas no agotan la historia de los periódicos. No obstante el argumento de este texto es que estas coyunturas condensan rasgos importantes de las transformaciones en la estructura de propiedad, producción y consumo de la prensa industrial en Guadalajara.

El concepto de “historia” en este trabajo lo entiendo como la descripción del entramado complejo en el cual se desarrolló un sistema de comunicación; en este caso el de la prensa escrita de Guadalajara. Por ello, el concepto histórico en este trabajo no es propiamente el que ofrece la historiografía. No es un texto erudito que exponga cuidadosa y detalladamente la historiografía de la prensa local. El en-

foque histórico está, entonces, en el entendimiento de que la comunicación como objeto y campo de estudio ha estado conformada por prácticas y estructuras que se ha construido al través del tiempo y, parte del trabajo de los investigadores es explicar cómo es que esas prácticas y estructuras se han reproducido, mantenido y variado en términos temporales (Christians y Carey, 1989: 357-358).

Este texto es el resultado final de 10 años de investigación, que incluyeron trabajos en la Maestría en Comunicación de la Universidad de Guadalajara (UdeG), así como en labores de investigación en el observatorio de medios del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Tres cuartas partes de este trabajo fueron publicadas originalmente como parte de mi tesis de maestría, en la que se puede encontrar una narración sobre la historia de la prensa en Guadalajara en el capítulo IV (Larrosa-Fuentes, 2012: 81-139). El resto del texto está basado en otros trabajos de investigación que realicé en este periodo, los cuales aparecen debidamente citados en el texto. En términos metodológicos, para llevar a cabo los análisis histórico estructural y coyuntural utilicé una variedad de métodos que incluyen la revisión de archivos históricos, consultas bibliográficas y hemerográficas, peticiones de transparencia a los distintos órdenes de gobierno en México, análisis de contenido y de discurso, así como entrevistas a profundidad y observaciones etnográficas. Por una cuestión de espacio, no puedo profundizar en los detalles de cada uno de los métodos. Sin embargo, el lector podrá encontrar las referencias que le lleven a los trabajos de investigación en donde se detallan estas coordenadas metodológicas (véase en particular Larrosa-Fuentes, 2012: 54-80).

Siglo 21 y las explosiones del 22 de abril: la transformación de un sistema comunicativo

La estructura del sistema de periódicos de Guadalajara gozó de pocos cambios en los años ochenta. Sin embargo, la década de los noventa trajo grandes transformaciones políticas, económicas y sociales, que tuvieron un impacto en el campo periodístico mexicano. En el caso particular de Guadalajara, a principios de esta década apareció *Siglo 21*, un periódico que a la postre duraría en circulación tan solo ocho años, pero que influenciaría al gremio periodístico durante las dos siguientes décadas. El 8 de noviembre de 1991 este periódico comenzó a circular en las calles de Guadalajara, como una apuesta periodística para competir en contra de *El Informador* y *El Occidental*, los dos gigantes de la ciudad, pero también con otras publicaciones de menor tamaño como *Ocho Columnas*, *El Diario de Guadalajara*, *El Jalisciense*, *Por Escrito* y *El Tiempo de Jalisco*. En su primera edición *Siglo 21* se vendió al público a un costo de 1 500 pesos y su cabecal alertaba: “Desde hoy, Jalisco es diferente”. En la portada se publicó una fotografía de gran formato de La Minerva, la estatua más emblemática de la ciudad.

El origen de *Siglo 21* se remonta a la década de los setenta, cuando Alfonso Dau Dau, comerciante, funcionario público y empresario, se dedicó a desarrollar

diversos proyectos para fundar un medio de comunicación en Guadalajara. En el archivo personal de este empresario y –al que tuve acceso para esta investigación– están resguardados diversos diagnósticos sobre el sistema de medios de comunicación de Guadalajara, así como diversas planeaciones para la creación de un nuevo proyecto periodístico. Durante 20 años Dau Dau imaginó un canal de televisión para la ciudad, un centro cultural, una revista, un diario, y buscó inversionistas y alianzas para llevar a cabo su proyecto. Finalmente, el empresario se decidió por echar a andar un periódico financiado con recursos propios y fue entonces cuando Dau se puso en contacto con Jorge Zepeda Paterson, a quien invitó a encabezar el equipo de trabajo del nuevo periódico. Zepeda había sido alumno de Dau en la UdeG y después trabajó como su subalterno en el Departamento de Economía del Gobierno de Jalisco. Zepeda, quien en ese entonces estaba dedicado a la vida académica, aceptó la propuesta de echar a andar *Siglo 21*.

La planeación del nuevo periódico fue minuciosa y exhaustiva, como consta en los archivos de *Siglo 21*. Lo primero que hicieron Dau y Zepeda –y que fue clave en el desarrollo del periódico– fue estudiar la prensa local e internacional. A académicos locales encargaron un estudio morfológico y de publicidad de los diarios que en ese entonces circulaban en Guadalajara, así como de aquellos de alcance nacional (Arredondo Ramírez, Fregoso Peralta, Gómez Rodríguez, Martínez Méndez, 1990). En aquel estudio, los investigadores notaron evidentes procesos de concentración y centralización de las empresas periodísticas y una falta de autonomía editorial en los periódicos locales. En este documento, firmado por el investigador Pablo Arredondo Ramírez, se describe que *El Informador* era el diario dominante en la ciudad, de “tendencia conservadora”, y que evitaba “toda confrontación o análisis crítico”. Ante este panorama, un diario con mayor independencia y autonomía resultaba atractivo para Guadalajara.

Por otro lado, las investigaciones también se enfocaron al exterior. Dau y Zepeda viajaron a distintos países y se entrevistaron con empresarios, técnicos y periodistas (Melgoza y Sánchez Barbosa, 2016). En un artículo publicado en la primera edición de *Siglo 21*, Zepeda recordó que junto con Dau recorrió

Europa para conocer las tendencias de los mejores periódicos ingleses, franceses y españoles. Me instalé seis meses en Madrid en las entrañas de *El País* (el más importante diario en castellano). En París perseguimos y alcanzamos, a un diseñador italiano que en tres meses entregó una maqueta como la que soñábamos (Zepeda Paterson, 1991: 4).

Así fue como *El País*, el diario español, se convirtió en un modelo periodístico y empresarial a seguir por *Siglo 21* y que después influyó en la planeación de otros diarios en México (Zepeda Paterson, 2005).

La influencia internacional no concluyó en Europa. Alfonso Dau tenía en mente echar a andar un periódico diferente en la ciudad. Dau y Zepeda pronto concluyeron que para alcanzar ese objetivo requerían de periodistas que no estuvieran

insertos en un sistema autoritario en el que los poderes públicos comprometían la autonomía periodística de los reporteros a través del pago de compensaciones económicas y sobornos. Durante los años ochenta y principios de los noventa, lo normal era que las empresas pagaran comisiones a los periodistas por la venta de publicidad a instituciones públicas. En este modelo, los periodistas eran los que llevaban la publicidad al periódico, por lo cual recibían una comisión que podía ser hasta de 15%, tal como lo explica un periodista local:

Hasta donde yo me acuerdo en *El Occidental* era del 15% pero, por ejemplo, si tenías la fuente del gobierno del estado en donde entra muchísima publicidad, pues ese reportero ganaba mucho más dinero que cualquier otro porque le llegaban muchas comisiones. A veces las comisiones eran cinco o diez veces más grandes que su salario y entonces eso fue creando una distorsión, porque el reportero se sentía obligado o condicionado para cuidar la relación con la fuente, y la única forma de cuidar la relación con la fuente es siendo complaciente, y eso sucede todavía en muchos medios (Comunicación personal).²

Para transformar este modelo de financiamiento, los fundadores de *Siglo 21* formaron a un equipo de gente joven y sin experiencia periodística. La UdeG y el ITESO dotaron de estudiantes y recién egresados a la nueva redacción. Este equipo fue entrenado por Jorge Zepeda Paterson, pero particularmente por el periodista y novelista argentino, Tomás Eloy Martínez (Orozco Martínez, 2012) y su compatriota Miguel Ángel Díez, quienes se convirtieron en la segunda influencia internacional de *Siglo 21*, un diario que volteó a Europa y a Sudamérica en busca de una renovación del periodismo en Guadalajara.

El objetivo de Dau era fundar un negocio rentable, pero que también tuviera una fuerte influencia en la opinión pública de Guadalajara, por lo que requería de solvencia financiera para proponer su línea editorial: “La obsesión de ser independientes, sin vínculos con instituciones y grupos de poder que pudiesen comprometer al diario, provocó que el proyecto tuviese que financiarse en lo esencial con el patrimonio personal de Alfonso Dau” (Zepeda Paterson, 1991: 4). *Siglo 21*, entonces, nació como una empresa familiar de la que Dau Dau tuvo control total, pues en los hechos no tuvo socio o accionista alguno (Cobián, 1992). El arranque del periódico fue financiado por sus ahorros personales y un crédito que solicitó a Bancomer, lo que entonces sumó un total 3 000 000 de dólares (Fernández, 1997). Según los archivos de este periódico, durante los ocho años que circuló el rotativo se invirtieron otros 15 000 000 de dólares, los cuales en su mayoría no fueron re-

² A lo largo del texto cito testimonios de reporteros, editores y directivos de periódicos locales. Por cuestiones propias de método y ética de investigación, las identidades de estas personas están ocultas. Para más información, consultar el capítulo “III. Estrategia metodológica” (Larrosa-Fuentes, 2012: 54-80).

cuperados. El valor del periódico en febrero de 1998, al final de su existencia, fue de 10 000 000 de dólares.

Los primeros meses de la vida de *Siglo 21* no fueron fáciles, pues la circulación del periódico fue muy baja (entre 2 000 y 4 000 ejemplares) y las ventas de publicidad no fueron tan buenas como se esperaban (Agren, 2007; Hughes, 2009: 157; Lawson, 2002: 73-75). El crédito que Alfonso Dau pidió a Bancomer tardó en llegar y poco a poco comenzaron a aparecer las primeras penurias económicas. Los pagos a los periodistas, editores y técnicos se retrasaron y parecía que el proyecto periodístico estaba por naufragar. Según Diego Petersen, uno de los editores del diario, entre diciembre de 1991 y febrero de 1992, la inestabilidad fue tal, que todos los días al cerrar la edición pensaban que probablemente era el último número de *Siglo 21*. A principios de 1992 Alfonso Dau logró que le otorgaran el crédito bancario y la situación económica mejoró —aunque, como explicaré en la siguiente sección, el crédito se convirtió en una de las balas que mató al proyecto—. Sin embargo, y paradójicamente, lo que en ese momento salvó al diario de la debacle financiera fueron las explosiones del 22 de abril, una tragedia que le dio un vuelco a la vida económica del entonces novel diario y a la postre, a la estructura de toda la industria de periódicos generalistas.

Las explosiones del 22 de abril de 1992 en Guadalajara cambiaron radicalmente las condiciones políticas y sociales de una ciudad que fue agraviada por un gobierno corrupto, autoritario y anacrónico. Aquella mañana explotaron varios colectores de agua que estaban inundados con gasolina. La estela de destrucción que estas explosiones dejaron fue enorme: 30 000 metros cuadrados de la ciudad fueron dañados, lo que incluyó la aniquilación de 22 calles, 98 manzanas y 1 229 viviendas. Murieron 206 personas y 1 400 resultaron lesionadas. La respuesta de todos los órdenes de gobierno fue desastrosa: las labores de rescate demoraron en comenzar, la organización ante el desastre fue desarticulada, y desde un principio las investigaciones de la catástrofe estuvieron marcadas por la opacidad, corrupción y la falta de pericia técnica. Por ello, y como nunca antes, las consecuencias políticas fueron inmediatas dada la indignación social que se despertó. El gobernador del estado Guillermo Cosío Vidaurri renunció a su puesto y fue sustituido por Carlos Rivera Aceves. El Partido Revolucionario Institucional (PRI), que durante prácticamente todo el siglo xx había gobernado el estado de Jalisco, perdió las elecciones estatales de 1995. La sociedad y diversos sectores políticos exigieron la renuncia del gobernador Guillermo Cosío Vidaurri y éste, en un acto desesperado se deslindó y culpó de las explosiones al presidente municipal Enrique Dau Flores.

La tragedia, por sí misma, marcó profundamente la vida cotidiana y la memoria colectiva de los habitantes de Guadalajara (Larrosa-Fuentes, 2018). Muchos ciudadanos al atestiguar la ineficiencia de los poderes públicos decidieron apersonarse al barrio de Analco y ayudar en las labores de rescate y en las primeras tareas de reconstrucción. Quienes vivieron la tragedia en carne propia y sufrieron de pérdidas humanas y materiales, se organizaron para exigir justicia y reparación de

daños. Al paso de los años, las explosiones del 22 de abril se han entendido como un evento que reagrupó a la sociedad de Guadalajara y que impulsó procesos de fortalecimiento de la sociedad civil. Para algunos autores, las explosiones fueron un catalizador de organización social, como en su momento lo fue el temblor de 1985 en la Ciudad de México, donde la sociedad, al ver a un gobierno corrupto e inmovilizado, tuvo que procurar la reconstrucción de su entorno (Alonso, 2001; Gómez Naredo, 2012; Ramírez Sáiz y Regalado Santillán, 1995; Reguillo Cruz, 1994). Estos acontecimientos, desde una dimensión social, inauguraron una nueva etapa de organización frente a desastres.

En términos de comunicación política, la actuación de los distintos órdenes de gobierno, especialmente el estatal, también fue desastrosa. Las explosiones tomaron por sorpresa al alcalde de Guadalajara, al gobernador de Jalisco y al presidente de México. Los gobiernos fueron ineficientes en su trabajo comunicativo ante una crisis que requería a autoridades prestas para evacuar inmediatamente la zona afectada, organizar tareas de rescate y de atención médica a las víctimas, y dar información sobre el control de daños y las probabilidades de un nuevo siniestro. Por otro lado, también fallaron en ofrecer explicaciones sobre lo sucedido. En un primer momento, se negó que la empresa paraestatal Petróleos Mexicanos (PEMEX) tuviera responsabilidad alguna en las explosiones, incluso a pesar de que, como un monopolio de Estado, era la única organización con la capacidad de controlar el combustible suficiente para volar 22 calles de la ciudad. El gobierno del estado aceptó esta versión, “cerró filas” en torno a una explicación, y se negó a facilitar un proceso de deslinde de responsabilidades abierto y democrático. En palabras de Carlos Luna (1992), el gobierno tuvo una estrategia de “ocultamiento y disimulo” informativo que a la postre le costó muy caro, pues hasta la fecha en la memoria colectiva de la ciudad hay un sentimiento de falta de justicia y esclarecimiento de los hechos (Larrosa-Fuentes, 2018).

Ante las deficiencias en la comunicación política del gobierno, algunos medios de comunicación de Guadalajara se activaron como pocas veces lo habían hecho. La radio se convirtió en un medio a través del cual fluyó la información y logró poner en contacto a las distintas partes de una sociedad que necesitaba: primero, conocer la gravedad de la tragedia, y después, canales que permitieran la organización ante la incapacidad y hermetismo del gobierno local. En particular, Radio Universidad de Guadalajara, Radio Metrópoli y 1250 DK fueron estaciones radiofónicas que decidieron movilizar todos sus recursos para generar información sobre el desastre, así como para socializar opiniones críticas respecto a la atención gubernamental (Luna Cortés, 1992; Ramírez, 2012). Por el contrario, las coberturas en televisión privada fueron oficialistas y dieron poco espacio para los reclamos sociales. El Canal 7 de televisión, perteneciente al Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRTV), dejó de transmitir su señal durante una semana, en una decisión gubernamental que buscó la censura y el control informativo (Flores, 2008).

Los periódicos hicieron una cobertura oficialista y en beneficio del gobierno federal. En la mañana del 23 de abril, *El Occidental* abrió su primera plana con una nota sobre “el hambre en Rusia” (Agren, 2007). María de la Luz Martín del Campo Ramírez (2008), reportera en aquellos años de *El Occidental*, recuerda que la información sobre las explosiones del sector Reforma apareció relegada al “cuadernillo de la sección local”, pero que los voceadores, “sensibles al interés del público, cambiaron el encarte y dejaron como portada la segunda sección y con el titular de ésta voceaban el periódico” (p. 150). *El Informador*, por su parte, le dedicó la mitad de sus ocho columnas para informar sobre las explosiones. En su cabecal se leía “Cientos de víctimas por explosión de colectores” y luego una fotografía aérea de una de las calles destruidas. Después, en esa misma primera plana, el periódico dedicó una nota completa a narrar cómo fue que el Carlos Salinas de Gortari, el entonces presidente de México, recorrió “el sitio de la tragedia”. Al calce de la nota aparece una fotografía del presidente tomando de las manos a una de las víctimas que se recuperaba en una cama del Hospital Militar.

En medio de la semi parálisis del sistema de comunicación política en Guadalajara, *Siglo 21* fue un periódico que destacó por su cobertura crítica, profesional y novedosa sobre la tragedia. En días previos a las explosiones, Alejandra Xanic, una joven reportera, se dio a la tarea de seguir la pista de los reportes y quejas de los vecinos del sector Reforma, quienes se quejaban por un fuerte olor a gasolina en sus calles. Las autoridades habían dicho que esto era algo normal y que los habitantes no corrían ningún peligro. Xanic siguió la pista y entrevistó directamente a bomberos, quienes alarmados le dijeron que aquello era una bomba de tiempo. Con sus investigaciones, Xanic pudo elaborar un informe que incluía un mapa de riesgos en la zona donde horas más tarde explotaría la ciudad. El reporte en cuestión, titulado “Alarma por fuga de solventes en el centro” (Xanic, 1992), alertaba que un día antes de las explosiones en la colonia Analco había fuertes olores a combustible:

El rastreo realizado por SIAPA, la Unidad de Protección Civil, PEMEX, y los bomberos había llegado a sus drenajes y había detectado la presencia y concentración de los mismos gases que llevaba el colector. Los colonos reportaron por la mañana que salía “humo con olor a gasolina” de las alcantarillas en sus casas; la calle fue cerrada a la vialidad y horas después iniciada la investigación (p. 1).

Al día siguiente, unas horas después de las explosiones, *Siglo 21* se las arregló para publicar una edición vespertina que en la que la portada se leía “¡Explotó!”. El 23 de abril, el titular de la portada preguntaba: “¿Y la explicación?”, y después una fotografía en la que aparece un trabajador de Teléfonos de México, muerto, colgando de un poste urbano –al parecer arreglaba unos cables telefónicos cuando sucedió la explosión–. A un costado, el periódico publicó un editorial titulado: “Luto e indignación”, en el que criticaba la falta de información por parte

del gobierno estatal: “Son demasiadas explosiones para tan pocas explicaciones”. Después, en interiores, la edición del periódico incluyó una reconstrucción cronológica que fue única en esos días (Fregoso Peralta, 1992: 190). Más adelante, en las páginas 4 y 5, se publicaron mapas e infografías que contaron el evento desde un lenguaje gráfico. Además, la cobertura incluyó múltiples fotografías que privilegiaron el retrato de los ciudadanos de a pie y especialmente a las víctimas de la tragedia, en claro contraste con otros periódicos en donde la narrativa visual retrató a las élites políticas del país y su reacción ante la tragedia —como la foto de Salinas de Gortari publicada en primera plana por *El Informador*.

La cobertura periodística de *Siglo 21* a las explosiones del 22 de abril le valió un reconocimiento social que se tradujo en un repunte de su circulación y lectoría. A 10 días de las explosiones, la modesta circulación de 4 000 ejemplares se elevó considerablemente. Según la investigación de Sallie Hughes (2009: 157), la nueva circulación llegó a los 30 000 ejemplares. Sin embargo, documentos internos del periódico señalan un repunte menos espectacular que varió entre los 12 000 y 14 000 ejemplares diarios. De cualquier manera, con el repunte en la circulación, más el crédito bancario obtenido por Alfonso Dau, *Siglo 21* adquirió una estabilidad financiera que no había gozado en sus primeros meses de vida (Agren, 2007; Lawson, 2002: 73-75; Preston y Dillon, 2004: 285). Después de las explosiones, este periódico que estaba ubicado en la calle Washington de la Colonia Ferrocarril, se convirtió en una nueva opción informativa para las clases medias de la ciudad de Guadalajara.

La historia de *Siglo 21* y las explosiones del 22 de abril forman una coyuntura muy importante en la historia de la prensa tapatía por dos razones. La primera es que esta coyuntura marca el inicio colapso de un sistema de comunicación política que había operado en Jalisco durante, al menos, los últimos 50 años. En este sistema de comunicación, el gobierno estatal tenía un fuerte control sobre la mayor parte de la comunicación pública. El gobierno pagaba a reporteros y empresarios sueldos, prebendas y recompensas por su lealtad informativa, y desde las oficinas públicas se decidía qué se debía comunicar, cómo se debía comunicar y a través de qué medios. Ante la terrible actuación gubernamental en materia de comunicación política, periodistas y medios de comunicación entendieron que había que llenar el espacio comunicativo que había dejado vacío el gobierno. Esta idea la reflexiona con claridad Sergio René De Dios Corona (1998b), un periodista de larga trayectoria en la prensa local:

La catástrofe del sector Reforma de Guadalajara, en 1992, impulsó a la prensa local no sólo a informar, sino a investigar, denunciar y dar voz, no sólo a las autoridades, sino también a los atemorizados habitantes. La mayoría de los directivos y reporteros salvaron presiones. Tal vez por primera ocasión en las últimas décadas, los medios en general estuvieron en comunión con la sociedad y respondieron a las necesidades informativas (p. 4).

Por otro lado, esta coyuntura fortaleció el trabajo de *Siglo 21*. En términos periodísticos la coyuntura de las explosiones catapultó a este medio como un espacio novedoso para los lectores tapatíos. En los años siguientes, *Siglo 21* hizo un trabajo notable en la cobertura de procesos políticos como elecciones locales y federales, pero también fue un periódico que ofreció información diferente en otros ámbitos, por ejemplo aportó una renovación al periodismo cultural que en otros tiempos había destacado en periódicos como *El Informador* y *El Occidental*. La sección de “Vida & Cultura” buscó ir más allá de las labores nominativas de la agenda cultural y trabajó reportajes sobre la vida cotidiana de Guadalajara, además de que incorporó a su agenda periodística una sección sobre medios de comunicación. Por ejemplo, un día después de las explosiones, el periodista Antonio Venzor le dedicó un largo artículo a retratar cómo fue que medios locales, nacionales e internacionales habían cubierto la tragedia. Aunque de corta vida, “Nostromo” fue un suplemento literario que muchos escritorios y gestores culturales recuerdan con nostalgia (Mejía Picón, 2011). Además, el periódico se caracterizó por cultivar el humor político y cultural a través de caricaturistas como Manuel Falcón, Trino y Jis, quienes –en sociedad con otros moneros– publicaron en las páginas de *Siglo 21* un suplemento llamado “La mamá del abulón”.

En términos financieros, la coyuntura del 22 de abril hizo posible que *Siglo 21* fuera viable económicamente. En los años noventa la “venta en calle” o la “venta de papel”, como se conoce en el gremio periodístico a la comercialización de ejemplares físicos de un periódico, todavía era una fuente de ingresos considerable para los periódicos locales. El alza en la circulación de *Siglo 21* se tradujo en un repunte en la ventas publicitarias y poco a poco el periódico entró al círculo virtuoso, temporal, de bonanza y estabilidad económica. Este cambio también tuvo un impacto en el nivel sistémico pues el periódico influenció al resto de los rotativos en Guadalajara. *Siglo 21* modificó sustancialmente la industria de periódicos, pues rompió un orden de cosas en el que *El Informador* y *El Occidental* eran las empresas que dominaban el sistema en términos de captación de publicidad, circulación y número de lectores.

La huella de *Siglo 21* en el periodismo local contemporáneo también puede observarse en el resultado de una de las innovaciones en la fundación del diario: hacer un periódico sin periodistas. Como lo expliqué anteriormente, *Siglo 21* buscó formar y entrenar a sus propios reporteros, retomando tradiciones periodísticas de Europa y América Latina y desterrando, en la medida de lo posible, las viejas prácticas de colusión entre la prensa y los poderes públicos. En este proceso formativo, el sistema de medios local y nacional ganó nuevos periodistas, que después pertenecerían a otros proyectos informativos, como el caso de los experimentados reporteros Agustín Del Castillo, Rubén Martín, Vanesa Robles, Salvador Camarena y Alejandra Xanic von Bertrab Wilhelm, quien ganó un premio Pulitzer en 2013, y destacados editores como Luis Petersen y Rosa Esther Juárez. Además, muchos de los que trabajaron y se formaron en *Siglo 21* después tuvieron a su cargo puestos

directivos como Diego Petersen (director de *Público* y *Público Milenio*), Jorge Zepeda Paterson (director de *El Universal*, *Día Siete* y *Sin Embargo*), Luis Miguel González (director *El Economista*) y Sergio René De Dios Corona (director editorial de *NTR*).

Estos directivos, editores y periodistas, dieron forma a un proyecto editorial que también tuvo resonancia en el nivel nacional. *Siglo 21* ofreció un nuevo diseño gráfico al mercado y decidió publicar en formato tabloide que, hasta ese momento, *La Jornada* era el único diario generalista del país que lo utilizaba. Además, desde el inicio existió un cuidado especial en la tipografía, en el armado de las cajas de texto y en la edición fotográfica del diario: un cuidado que contrastó con las tradicionales portadas a ocho columnas de *El Informador*, *El Occidental* y *Ocho Columnas*, donde se privilegiaba el texto escrito en detrimento de la imagen periodística. Estas transformaciones, sumadas a los proyectos descritos anteriormente, tuvieron una gran ascendencia en la planeación y producción de otros periódicos que verían la luz en los siguientes años en Guadalajara y otras ciudades del país, como fue el caso de los diarios que formaron integraron Grupo Milenio en la siguiente década. Además, el público de lectores que construyó *Siglo 21* a la postre se convirtió en consumidores de proyectos periodísticos que aparecieron en el futuro como *Público*, *Mural*, *Milenio Jalisco*, *La Jornada Jalisco*, e incluso *Reporte Índigo* y *Más por Más*.

***El Occidental*, la crisis de 1994 y el inicio del cambio en el modelo de negocios**

El 5 de agosto de 1942 comenzó a circular *El Occidental* en la ciudad de Guadalajara. Antes de su nacimiento hubo tres periódicos con el mismo nombre: uno que circuló entre 1916 y 1918, otro que existió de 1929 a 1931 y otro más que operó de 1934 a 1939. Los fundadores de *El Occidental* fueron empresarios locales, quienes pertenecieron al Centro Patronal de Jalisco como Jorge Dipp, Félix Díaz Garza, Carlos Collignon y Carlos Dávalos. Esta cúpula empresarial fue asociada con intereses políticos de derecha y cercanos a la Iglesia católica (Sánchez Ruiz, 1992a: 52).

El primer director de dicho periódico fue un español, naturalizado mexicano, llamado Restituto Herrador y Calvo, un viejo periodista quien ya había sido director de otros diarios como *La Gaceta de Guadalajara* y *El Imparcial*. Sin embargo, a las pocas semanas llegó un nuevo director de la Ciudad de México: el joven José Pagés Llergo, quien después se hiciera famoso como periodista del semanario *Siempre!* Además, junto con él se incorporaron otros reporteros como Daniel Morales y Roberto Blanco Moheno (Sánchez Ruiz, 1992a: 55). En esta época trabajaron en el periódico escritores que décadas más tarde alcanzarían un gran renombre como el narrador Juan José Arreola, quien fue jefe de circulación, y el filólogo Antonio Alatorre, quien hacía reseñas de los conciertos de la sinfónica de Guadalajara.

En 1948, el coronel García Valseca, un empresario de la Ciudad de México, puso a circular en la capital jalisciense *El Sol de Guadalajara*, un rotativo que formó parte de una de las primeras cadenas nacionales de periódicos. *El Occidental* se vio contra la pared, pues en ese tiempo tenía problemas financieros, los cuales se vieron agravados con la nueva competencia. Para finales del año, García Valseca compró *El Occidental*, en lo que fue el primer proceso de integración horizontal del siglo XX en la industria de periódicos de la capital jalisciense. *El Sol de Guadalajara* se transformó en un diario vespertino que siguió en funciones hasta el día de redactar estas líneas y *El Occidental* continuó circulando todas las mañanas en las calles de la capital de Jalisco, así como en algunos otros municipios del estado.

En 1976, la estructura de propiedad de *El Occidental* dio un nuevo vuelco, pues el periódico fue comprado por Mario Vázquez Raña, un empresario capitalino con fuertes ligas a los más altos círculos del poder en México. Vázquez Raña nació el 7 de junio de 1932 y en sus años mozos se dedicó a echar a andar, junto con su familia, una empresa de producción y venta de muebles llamada “Hermanos Vázquez”. En la década de los setenta, con un capital económico importante, Mario Vázquez Raña comenzó a acercarse a los círculos de Luis Echeverría, quien fuera presidente en México de 1970 a 1976. Hacia el final de su gobierno, Echeverría nombró a Vázquez Raña como presidente del Comité Olímpico Mexicano (1974) y director general del Instituto Nacional del Deporte (1975).

Un año más tarde, el entonces presidente de México le hizo un último obsequio. En una operación que hasta ahora no ha sido completamente explicada, el gobierno federal compró la cadena de periódicos del general García Valseca, entre los que se incluía *El Occidental*, y luego, sin licitación de por medio, vendió esta empresa periodística a Mario Vázquez Raña por una cantidad hasta ahora desconocida (Granados Chapa, 2000). Una posible explicación a este regalo puede encontrarse en cables revelados por Wikileaks (1976), donde funcionarios estadounidenses señalan que Vázquez Raña fue un actor que sirvió como vehículo comunicativo entre el presidente Echeverría y el régimen cubano de Fidel Castro. Estos mismos cables sugieren que Echeverría le entregó a Vázquez Raña el conjunto de periódicos, con el fin de tener medios de comunicación a su servicio una vez que su presidencia concluyera. En contraste, en una entrevista publicada en 1983 en el periódico español *El País*, Vázquez Raña declaró que fue “por casualidad” que se convirtió en el dueño de una cadena de 33 periódicos, pues él solamente quería comprar “frigoríficos” (Fernández Cid, 1983). Lo cierto es que desde 1976, hasta el día de su muerte, el 8 de febrero de 2015, Mario Vázquez Raña y sus medios de comunicación estuvieron al servicio del poder político, especialmente de los gobiernos priístas, aunque el empresario en diversas entrevistas se definió, eufemísticamente, como “gobiernista”: es decir, un editor al servicio de los gobiernos en turno (Ortiz Pinchetti, 2015).

Estas coyunturas políticas —o regalos presidenciales—, tuvieron una gran influencia en la segunda etapa de desarrollo profesional de Mario Vázquez Raña. De ser un comerciante adinerado, pasó a ser un actor con gran ascendencia en la

política deportiva nacional e internacional, y a poseer un emporio periodístico que al momento de escribir este ensayo estaba compuesto por 70 periódicos, 24 radiodifusoras y 43 sitios de Internet (OEM, 2017), entre los que destacan impresos de consumo masivo, como *Esto*, un tabloide dedicado al mundo deportivo y *La Prensa*, una publicación de nota roja. Ambos periódicos venden muchos más ejemplares que cualquiera de los periódicos generalistas y “nacionales” que se editan en la Ciudad de México. Además la Organización Editorial Mexicana (OEM) cuenta con empresas productoras de cartón y papel, espectaculares televisivos de alta definición y una agencia informativa. Al producir papel para sus periódicos, esta cadena también ha experimentado procesos de integración vertical.

El Occidental, como parte de la OEM, fue una empresa familiar, cuya razón social fue “Compañía Periodística El Sol de Guadalajara” y su objeto social fue “la edición, publicación, venta y comercio en general de periódicos, revistas, libros y toda clase de publicaciones” (según el folio mercantil 10588, del Registro Público de la Propiedad de Jalisco). *El Occidental* cambió dos veces la conformación de su sociedad y consejo de administración entre 1990 y 2011. El 30 de julio de 2001 se constituyó el consejo de administración en el cual Mario Vázquez Raña fungió como presidente, además de tener prácticamente todas las acciones de la empresa (14 996 de 15 000), cuyo capital fijo fue de 15 000 000 de pesos.

Durante las décadas de los setenta y principios de los ochenta, *El Occidental* fue un periódico protagonista que llegó a ocupar el segundo lugar de la plaza, sólo después de *El Informador*, y en términos periodísticos se mantenía con relativa autonomía de las directrices de la OEM (Arredondo Ramírez *et al.*, 1990). A finales de la década de los ochenta, este periódico se repartía 90% de los lectores y anunciantes de la ciudad con *El Informador*, y el restante 10% lo obtenían periódicos como *Ocho Columnas*, *El Jalisciense* y *El Diario de Jalisco*. Según un editor y periodista, quien entonces trabajaba en *El Occidental*, en 1989 el periódico se quedó a “600 ejemplares de alcanzar a *El Informador*: empezamos el año con 23 mil lectores y terminamos con 36 mil” (Comunicación personal). *El Informador*, un diario que entonces tenía más de siete décadas de existencia, pocas veces había tenido un competidor tan fuerte como lo fue en ese tiempo *El Occidental*. Sin embargo, la década de los noventa le depararían varios golpes a este periódico que se vio afectado especialmente por las penurias económicas de la crisis económica de 1994, así como por el meteórico ascenso de *Siglo 21*.

En 1994, unos días después de que el presidente Ernesto Zedillo Ponce de León tomara posesión de su cargo, ocurrió una de las peores crisis económicas que afectó severamente a toda la población y a la economía del país. Esta crisis, conocida popularmente como el “error de diciembre”, tuvo resonancia en el sistema financiero internacional, a la que se le denominó “efecto tequila”. Aunque de causas muy complejas, la crisis económica fue originada por una sobrevaluación del peso, en medio del llamado ajuste estructural de la economía mexicana. El tristemente célebre “error de diciembre” provocó una fuerte devaluación del peso, una alza

en los réditos crediticios y una caída en las ventas de prácticamente todos los sectores económicos. Empresarios y ciudadanos en general, dejaron de pagar sus préstamos y cientos de empresas tuvieron que cerrar. Por ejemplo, en Guadalajara, 2 700 empresas dejaron de operar —entre ellas, Grupo SIDEK y Calzado Canadá— y se perdieron más de 37 000 empleos permanentes (Alba Vega, 2008: 17; Gobierno del Estado de Jalisco, 2001: 176; Valencia Lomelí, 2000: 74).

Los periódicos mexicanos no estuvieron exentos de los efectos de la debacle económica. La primera alarma se prendió cuando los insumos para manufacturar los impresos comenzaron a elevarse desproporcionadamente y en menos de seis meses el costo del papel periódico subió en más de 100%. El 13 de febrero de 1995, meses después de la devaluación del peso, el ingeniero Alberto Hastings, director comercial de PIPSA Grupo Industrial y Comercial, a través de una carta, le informó al presidente de *Siglo 21*, Alfonso Dau Dau, que

Después de sostener los precios durante un periodo de casi dos meses posterior a la devaluación, PIPSA se ve obligada a actualizarlos, ante el aumento en los precios internacionales que se viene registrando desde 1994, la nueva situación cambiaria y el incremento significativo de los costos de producción de papel periódico. El precio de lista de N\$2,010.00 la tonelada, que estuvo vigente desde abril de 1993 (incluso con descuentos), se elevará a N\$3,010.00 a partir de los embarques del próximo martes 14 de febrero (Archivo del periódico *Siglo 21*).

Un mes después, el mismo funcionario y a través de otra carta, con fecha del 23 de mayo de 1995, informó de otro incremento: “A partir del 25 de mayo se elevará de N\$3,010 a N\$4,360 el costo del papel” (Archivo del periódico *Siglo 21*). A estos aumentos se le deben sumar la subida en 50% de las tintas para imprimir periódicos (Lawson, 2002: 79).

Por otro lado, tal como ocurre durante una crisis económica, las empresas comenzaron a realizar ajustes en su presupuesto y a eliminar ciertos gastos como la publicidad. Esto también afectó las finanzas de los periódicos en Guadalajara, pues comenzaron a observar cómo las marcas comerciales iban retirando sus inversiones publicitarias. Esto llevó a que algunos periódicos, como *El Informador*, decidieran bajar sus tarifas. En una carta del 18 de mayo de 1995, el entonces subdirector de *El Informador* comunicó que,

debido a la crisis económica por la que atraviesa nuestro país, *El Informador* ha buscado mecanismos para apoyar a sus clientes. Todos aquellos que, hasta el día 5 de septiembre de 1995 consuman más de 3,000 centímetros mensuales, se verán beneficiados con un 20% extra de publicación (Archivo del periódico *Siglo 21*).

Además, en el nivel nacional y local, los distintos órdenes de gobierno dejaron de comprar publicidad en medios de comunicación (Trejo Delarbre, 1995: 50).

Ante este panorama económico, los periódicos en Guadalajara tuvieron que tomar acciones para sobrevivir al mal tiempo. En primer lugar, los periódicos aumentaron sus precios de circulación en calle. Por ejemplo, en tan sólo cinco meses, el precio de venta de *Siglo 21* creció en más de 200%: en enero de 1994 el precio de venta en calle cambió de N\$1.50 a N\$2.50 y en mayo del mismo año se incrementó a N\$4.00. Por su parte, *El Informador* y *El Occidental* pasaron de vender sus periódicos en N\$1.50 a N\$2.50 (Larrosa-Fuentes, 2012: 220). En segundo lugar, los periódicos tapatíos comenzaron a imprimir menos periódicos por día, tal como lo reconoció en 1999 el director de *El Informador*, Carlos Álvarez del Castillo Gregory, cuando señaló que la crisis provocó una reducción de hasta 50% de los tirajes de todos los periódicos (Demers, 2000: 158). En otros documentos, como el reportaje titulado “La guerra de los diarios”, se dice que *El Informador* decreció su tiraje en 18 000 ejemplares y *El Occidental* en 10 000 (Rico Tavera, 1999: 68).

La crisis económica de 1994 es una coyuntura que cambió el sistema de periódicos de Guadalajara de forma profunda. En particular, esta crisis –de orden global– marca una relevante transformación en el modelo de negocios de los periódicos tapatíos. Antes de 1994 la mayor parte de las ganancias de los periódicos provenían de la venta en calle, así como de la comercialización publicitaria pública y privada. A partir de 1994, la venta de papel disminuyó pues muchos lectores decidieron dejar de comprar periódicos, especialmente entre las clases populares, sin embargo, el cambio más importante estuvo en el encarecimiento de la producción de impresos: ante la alza de los precios del papel, tintas y gasolinas, la impresión y distribución de los ejemplares en papel se encareció exponencialmente. Una década más tarde, cuando los periodistas y lectores ya utilizaban Internet de forma regular, la producción, impresión y distribución de periódicos se volvió –como Diego Petersen lo comentó en una entrevista radiofónica– una actividad anacrónica:

la tecnología con la que hacemos los periódicos y los distribuimos es verdaderamente arcaica con respecto a lo que hay ahora, es decir, agarrar todos los días, imprimir 30 mil ejemplares igualitos, subirlos a una moto y repartirlos casa por casa, es tecnología de panadero (Falcón, 2009).

En particular, *El Occidental* fue uno de los periódicos que más resintió la crisis económica, así como los cambios coyunturales explicados en el párrafo anterior. La llegada de *Siglo 21* en 1991 desestabilizó el mercado publicitario, pues el pastel de patrocinadores paulatinamente se tuvo que dividir entre más jugadores. Un año más tarde, luego de las explosiones del 22 de abril, *Siglo 21* aumentó su tiraje, circulación y lectoría en un sistema de comunicación que no creció, sino que simplemente repartió el mismo número de lectores entre el nuevo número de periódicos. *Siglo 21* fue el rotativo que más lectores ganó y *El Occidental* el que más perdió. Por si esto fuera poco, la crisis económica disminuyó el poder

adquisitivo de los consumidores tapatíos quienes, entre otras cosas, dejaron de comprar periódicos. Cuando el contexto económico se estabilizó, muchos de esos lectores no regresaron a su consumo mediático anterior, debido a que mucha de la información que encontraban en la prensa la podían hallar de forma gratuita en la radio, la televisión, así como en sistema de cable y tiempo después, en Internet. Fue así como *El Occidental* poco a poco comenzó a perder potencia y de tener 40% de los lectores de la plaza a finales de los años ochenta, en 1995, un año después de la crisis, sólo tenía 23%. En la siguiente década, sus índices de lectoría bajaron aún más y se estabilizaron entre 9% y 11% de los lectores de la plaza (Larrosa-Fuentes, 2014a).

La llegada del Partido Acción Nacional al poder y el cierre de *El Jalisciense*, el *Diario de Guadalajara* y *Siglo 21*

Jalisco, al igual que el resto de los estados del país, fue gobernado por el PRI durante una buena parte del siglo XX. El PRI generó estabilidad en la región occidental y aseguró la reproducción de un sistema centralista y por momentos autoritario. En este siglo fue una práctica común los fraudes electorales en la entidad, que incluían la alteración de las actas y la compra de votos; también fue recurrente que el PRI negociara con el resto de los partidos algunas posiciones en el poder como un método de despresurización del sistema político. Entre 1940 y 1988, los partidos de oposición apenas y ganaron escaños en los Congresos local y federal y presidencias municipales. El PAN, ganó 10 diputaciones federales de mayoría, 3 diputaciones locales y 11 presidencias municipales. El Partido Auténtico de la Revolución Mexicana (PARM) ganó 4 municipios y el Partido Demócrata Mexicano (PDM) 5 (Alonso, 1993). Sin embargo, a partir de la década de los ochenta, la votación a favor del PRI comenzó a disminuir lentamente hasta que en 1995 perdió por primera vez en su historia las elecciones a gobernador en Jalisco (Larrosa-Fuentes y Rocha Quintero, 2016).

La debacle del PRI se debió al gran desgaste que este partido tuvo durante décadas de gobierno en todo el país. No fue un partido que practicara la democracia interna, tampoco la externa, y en muchos periodos fue una organización autoritaria y corrupta. Además, a principios de los años noventa ocurrieron una serie de coyunturas políticas, económicas y sociales, que terminaron por destruir la hegemonía del partido de Estado. Tan sólo en los cuatro primeros años de los noventa, sobrevinieron revueltas sociales, crisis económicas, magnicidios y levantamientos guerrilleros. El 22 de abril de 1992 –como ya describí en una sección anterior– fue una tragedia urbana que enlutó a Guadalajara. El 24 de mayo de 1993 fue asesinado el cardenal Juan Jesús Posadas Ocampo en el aeropuerto tapatío. El 23 de marzo de 1994 fue muerto, en Tijuana, Luis Donaldo Colosio Murrieta, entonces candidato a la Presidencia de la República y meses más tarde, el 28 de septiembre fue aniquilado en la Ciudad de México, José Francisco Ruiz Massieu, un alto funcionario del PRI. El 1 de enero de 1994, el mismo día en el

que entró en vigor el tristemente célebre Tratado de Libre Comercio (TLC) con Canadá y Estados Unidos, el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) emergió de la Selva Lacandona para luchar, a través de la vía armada, por los derechos de los pueblos indios. Por si esto fuera poco, hacia el final del año, se desató la crisis económica de 1994 y que fue el tema central de la sección anterior de este ensayo. En resumen, el país vivió un periodo en donde el partido de Estado perdió el control de la gobernabilidad de México.

El trepidante y vertiginoso ritmo del primer lustro de la década de los noventa, poco a poco fue cuarteando la hegemonía política del PRI. En Jalisco, el quiebre llegó en 1995, cuando el PAN ganó la gubernatura del estado, rompiendo con décadas de gobiernos priístas. El descalabro del PRI se debió al gran descontento social que se desencadenó luego de las explosiones de 22 de abril y la crisis económica de 1994, así como a un lento y largo proceso de transición hacia la democracia partidista en México (Valdez Zepeda, 1996: 87-89). En las elecciones de 1995 Acción Nacional ganó el gobierno del estado y obtuvo 52 de los 124 municipios y 17 de los 20 escaños del Congreso local (Lomelí, 2001: 80-81). Jalisco se sumó a otros estados que ya habían experimentado la transición partidista como Baja California en 1989 y Guanajuato en 1991.

La llegada del PAN al gobierno significó, entre otras cosas, el recambio de un aparato burocrático integrado por miles de personas. La mayor parte de los nuevos funcionarios públicos no tenían experiencia en el gobierno, lo que a muchos, incluido al nuevo gobernador, les valió ser calificados como novatos. Entre otras cosas, estos nuevos funcionarios tuvieron que conocer el modelo de relación entre el gobierno del estado y los medios de comunicación locales. A grandes rasgos, este modelo oscilaba entre la subordinación de la prensa frente a los poderes públicos (Carreño Carlón, 2000) y la colusión entre ambas instituciones (Orme, 1996). Este modelo de relación requería de medios de comunicación dóciles y dispuestos a reproducir la agenda informativa del gobierno y por otra parte, a instituciones y funcionarios públicos dispuestos a mantener económicamente a los medios y a sus trabajadores a partir del pago de nóminas, sobornos, condonación de impuestos, la adjudicación de bienes inmuebles, sólo por citar algunos. Sin embargo, los panistas llegaron al gobierno con “poca o nula experiencia en el manejo con los medios informativos, y desconocían la lógica, las condiciones y la política editorial de cada empresa de comunicación” (De Dios Corona, 1998a: 84). Por otro lado, los nuevos gobernantes también mostraron interés, al menos temporalmente, en transformar las relaciones de poder entre la prensa y los poderes públicos. Fue así como Alberto Cárdenas Jiménez, quien encabezaba los gobiernos panistas, cortó de tajo el flujo de recursos públicos hacia medios de comunicación. El problema fue que su administración no presentó un plan para establecer una nueva relación con la prensa local, con lo que arrojó al sistema de comunicación política a un estado de permanente inestabilidad.

El gobierno panista encontró que anteriores administraciones habían financiado directamente a diversos proyectos periodísticos y que habían subsidiado de múltiples formas a otros. El control sobre la prensa ocurría en todo el sistema de comunicación. En niveles cupulares, los dueños y directivos de algunos periódicos se vieron favorecidos por gobiernos priístas, a través del descuento para la compra de papel periódico a la empresa paraestatal PIPSA, la exención de impuestos, así como la compra discrecional de publicidad oficial. Por otro lado, en el nivel de los trabajadores de la información, muchos reporteros y editores cobraban directamente en las dependencias gubernamentales, y algunos otros recibían ayudas y sobornos por parte de funcionarios públicos. El nuevo gobierno panista intentó cancelar el viejo modelo de relación entre la prensa y el poder. La primera consecuencia de esta medida fue la desaparición de algunos medios de comunicación, tal como lo relata un reportero y directivo de diversos periódicos de Guadalajara:

A nivel local, la llegada del PAN fue muy drástica. Alberto Cárdenas llegó con una idea muy clara y dijo: “maestros, se acabó la vaca”. Había dos periódicos que tenían su nómina completa en el gobierno del estado: *El Jalisciense* y *El Diario de Guadalajara*. Alberto Cárdenas llega en marzo, para mayo ya no existían (Comunicación personal).

El Diario de Guadalajara fue un periódico fundado en 1969 por empresarios locales ligados con el PRI (Fregoso Peralta y Sánchez Ruiz, 1993). Estos empresarios tuvieron la idea de emprender un nuevo medio de comunicación que hiciera frente a *El Informador*, el eterno periódico dominante de la industria de periódicos en la capital de Jalisco. Esta historia, como vemos, se repitió cíclicamente durante todo el siglo XX: empresarios que buscaron competir con *El Informador*, pero que fallaron en su intento, tal como ocurrió con el nacimiento de *El Occidental* y *Siglo 21*. Sin embargo, a la postre, *El Diario de Guadalajara* fue comprado en su totalidad por Jaime Alberto González Becerra, un desarrollador inmobiliario, y terminó siendo un medio de comunicación con una estructura de propiedad familiar.

Durante los primeros años de su vida, *El Diario de Guadalajara* fue un espacio periodístico relativamente libre para su época. En aquel entonces, el periódico estaba dirigido por su dueño y editado por Juan Pablo Rosell. De acuerdo con diversos periodistas y editores, este periódico fue un semillero de trabajadores que después harían carrera en el periodismo local como Felipe Cobián, Luis Reyes Brambila, Sergio René De Dios Corona, Luis Díaz Tomé, Luis Gutiérrez Esparza, Jaime García Elías y Víctor Wario. Muchos de estos reporteros estudiaron en el Instituto Pío XIII, que después se convertiría en la Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA) (Fregoso Peralta y Sánchez Ruiz, 1993: 83). Uno de los editores que entrevisté se refirió a este conjunto de personas como un *dream team* del periodismo local. Sin embargo, a mediados de los años setenta el periódico cayó en desgracia cuando publicó, a ocho columnas, la proclamación de un candidato equivocado al gobierno de Jalisco. Esto desencadenó un boicot publicitario por

parte del gobierno de Alberto Orozco Romero, el cual desestabilizó seriamente las finanzas del rotativo. Además, años más tarde, Jaime Alberto González Becerra, el director, se suicidó y su hermano menor, Luis González Becerra, quedó al frente de la empresa. Desde entonces el periódico tuvo muy poca presencia en el estado, al grado que en la década de los noventa su circulación se reducía a las oficinas de prensa y “un puñado de estanquillos” (Aceves González, 1996: 42). Aunque no existen documentos públicos que lo comprueben, varios de los periodistas entrevistados para este trabajo señalaron que éste era un periódico financiado por los gobiernos estatales, por lo que a finales del mes de marzo de 1995, 31 días después de que Alberto Cárdenas tomara posesión como gobernador del estado, *El Diario de Jalisco* dejó de circular.

La historia del periódico *El Jalisciense* es mucho menos brillante, pues desde siempre estuvo íntimamente vinculada con el gobierno del estado. Este diario apareció en Guadalajara el 28 de enero de 1981 durante el sexenio de Flavio Romero de Velasco. El fundador fue Fernando Romo González, quien era concesionario de camiones de transporte urbano. En 1983 el periódico fue vendido a la Agencia Mexicana de Información (AMI), que tenía su sede en la Ciudad de México y José Luis Becerra, su director, invitó a Armando Morquecho Preciado a hacerse cargo de *El Jalisciense*. Morquecho, que en ese tiempo era diputado del PRI, dejó su curul para dedicarse a las artes del periodismo desde diciembre de 1983 (Fregoso Peralta y Sánchez Ruiz, 1993: 113). A partir de entonces el diario cambió un poco y adquirió una mayor autonomía, pero siempre fue observado con fuertes ligas al gobierno del estado. Para ilustrar esta cercanía, un periodista local recuerda que “Enrique Álvarez del Castillo [gobernador del estado de 1983 a 1988], designaba al director. Eso significaba que para un lector serio de periódicos, *El Jalisciense* no era uno creíble” (Comunicación personal). Al igual que *El Diario de Guadalajara*, *El Jalisciense* entró en una profunda decadencia hasta que en 1995 el gobierno del estado lo acusó por malversación de fondos. Luego de esta denuncia el diario dejó de circular y su subdirector, José Ceballos Flores, fue encarcelado en el penal de Puente Grande, sentenciado por hacer uso indebido de recursos públicos (De Dios Corona, 1998a: 85).

Las historias de *El Diario de Jalisco* y *El Jalisciense* muestran solamente una parte del modelo de subordinación y colusión de la prensa con los poderes públicos. Esta parte del modelo controlaba *totalmente* a los medios de comunicación a través del pago de nóminas a sus empleados. No obstante, este modelo también incluía otro tipo de controles, menos totalitarios, sobre el resto de los periódicos de Guadalajara. Este control se ejercía a través de la compra discrecional de publicidad oficial. Según un artículo escrito por el periodista Pedro Mellado (2011), cuando el PAN llegó al poder en 1995 había más de 80 publicaciones que eran subsidiadas por el gobierno del estado. Esta realidad se hizo evidente cuando, en abril de 1995, el Ayuntamiento de Guadalajara, encabezado por el panista César Coll Carabias, dio a conocer una lista de reporteros que cobraban su nómina en oficinas públicas, así

como los pagos que se hacían a distintos periódicos por concepto de publicidad. *El Informador* (1995: 1B, 3B) publicó que el tesorero de Guadalajara, Oscar García Manzano había realizado una auditoría a los recursos municipales destinados a comunicación social. El estudio explicaba que algunos periódicos habían recibido recursos públicos sin ofrecer ningún producto o servicio a cambio. Estos periódicos “tenían una especie de subsidio (‘pagarle a un medio por algo que no va a hacer’) en el Ayuntamiento de Guadalajara” [sic] (p. 1B).

En otras palabras, esta auditoría reveló las prácticas de compra-venta de publicidad entre periódicos y gobiernos, en las que el gobierno pagaba por adelantado y sin ningún tipo de regulación sobre a qué periódico se asignaba la publicidad y por qué razones. Por lo general, el gobierno otorgaba a los periódicos una cantidad a principios de año por concepto de “publicidad adelantada”. Durante el resto del año el gobierno solicitaba la inserción de tal o cual anuncio y el periódico los publicaba. Sin embargo, en muchas ocasiones el gobierno no hacía uso de esta publicidad, pero sí exigía una línea editorial oficialista. El monto de los pagos era completamente discrecional y significaba una buena entrada de dinero a las arcas de las empresas informativas. En la lista publicada por *El Informador* —en donde, por cierto, los editores convenientemente borraron la información que hacía referencia a este diario—, había 61 nombres de periodistas y medios de comunicación que eran parte del —irónicamente nombrado— “Padrón de Prensa Independiente”, a través del cual las administraciones priístas repartían los subsidios económicos. Con estas develaciones quedó claro que la mayoría de los medios de comunicación de la capital del estado estaban, de alguna u otra forma, subsidiados a través de la entrega de recursos públicos.

Siglo 21 fue una de las empresas que apareció en la lista de periódicos que recibían subsidios. Según la nota de *El Informador* (1995), *Siglo 21* “facturó sólo este año [1995], 275,000 nuevos pesos a cuenta de publicidad que no se ha hecho efectiva” (pp. 1B, 3B). Esta revelación afectó la legitimidad de *Siglo 21*, que hasta el momento había dado muestras de su independencia del poder político en coyunturas importantes como las explosiones del 22 de abril o en la cobertura de las elecciones en las que el PRI perdió el poder. Sin embargo, tal situación no solamente trastocó su legitimidad, sino que también afectó la economía del diario, que de por sí ya estaba maltrecha luego de la crisis de 1994, pues el préstamo que Alfonso Dau Dau había solicitado a la banca comercial para operar el periódico había sido otorgado en dólares y desde entonces se convirtió en una deuda muy onerosa. Además de hacer públicos los pagos que había realizado a *Siglo 21*, el Ayuntamiento de Guadalajara señaló que ya no compraría más publicidad oficial hasta que los medios de comunicación publicaran todos los anuncios que ya se les habían pagado con anterioridad. Esto supuso un corte importante en el flujo de dinero hacia el interior de *Siglo 21*, que quedó a expensas de la venta de publicidad privada, así como de la venta en calle de sus ejemplares físicos.

La crisis de *Siglo 21*, que después llevaría a este periódico a cerrar sus rotativas, se agravó en agosto de 1996, cuando el entonces presidente Ernesto Zedillo Ponce de León visitó Guadalajara. El equipo de trabajo del primer mandatario organizó una reunión con los responsables de los medios de comunicación más importantes de la ciudad, a la cual acudió Jorge Zepeda Paterson en representación de *Siglo 21* (Fernández, 1997: 68). Esta decisión generó una gran tensión entre el director del diario y su presidente, Alfonso Dau Dau, pues según los acuerdos de trabajo al interior del periódico, el director era el encargado de lo periodístico y el presidente de la representación política (Preston y Dillon, 2004: 288). Dau enfureció por haber sido marginado de la reunión y le reclamó agriamente a Zepeda, quien se defendió argumentando que el presidente Zedillo se había negado a hablar con el empresario (Fernández, 1997: 68). Según el relato de Jorge Zepeda, en el encuentro que tuvo con Zedillo, éste le confió que años atrás, Alfonso Dau le había solicitado 5 000 000 de pesos a cambio de que *Siglo 21* apoyara la campaña presidencial de 1994 a favor del PRI (Agren, 2007). Dau, por su parte, asegura que Ernesto Zedillo estaba molesto con *Siglo 21* por haber publicado información que relacionaba al hermano del presidente con el crimen organizado. La tensión entre la dirección y la presidencia de *Siglo 21* siguió en aumento y meses más tarde, en abril de 1997, Jorge Zepeda Paterson renunció a su puesto, señalando que se había roto el acuerdo de independencia periodística. Además, denunció que Alfonso Dau tenía grandes adeudos, pues hacía meses que no pagaba las aportaciones al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) y al Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT) de los trabajadores, una deuda que según sus cálculos era de 13 000 000 de pesos (Fernández, 1997: 66).

Jorge Zepeda Paterson se fue a la Ciudad de México a dirigir la revista *Día Siete* y, al mismo tiempo, se dedicó a la planeación de un nuevo rotativo que a la postre adoptó el nombre de *Público*. Para llevar a cabo su proyecto, Zepeda Paterson pensó en retomar el capital humano que había sido producido en *Siglo 21* y trasplantarlo a su nueva aventura editorial. Junto con otros directivos de *Siglo 21*, Zepeda Paterson recolectó 1 000 000 de dólares entre la clase empresarial tapatía y convenció a la mayoría de los trabajadores de su ex periódico para acompañarlo y fundar el nuevo diario. En su reporte de titulación profesional, Diana Martínez Portillo (1999), ex reportera de *Siglo 21* y después de *Público*, narra cómo fue que, poco a poco y subrepticamente, Zepeda Paterson y otros editores fueron avisando a los reporteros y editores de la fundación de *Público*. El argumento para armar el nuevo proyecto era que

hacía meses que Dau no había pagado las cuotas del Sistema de Ahorro para el Retiro (SAR) y el INFONAVIT (en ese entonces yo ni siquiera estaba en nómina), así como por la inconformidad con los malos manejos que él [Dau] había hecho en la empresa (pp. 35-41).

Fue así como entre el 11 y 12 de agosto de 1997, 183 empleados, entre reporteros, diseñadores y administrativos, renunciaron a *Siglo 21* para incorporarse al nuevo proyecto editorial.

La desbandada fue un golpe político, económico y técnico de gran magnitud para *Siglo 21*. En lo político, el periódico perdió legitimidad y muchos de sus lectores y anunciantes decidieron mudarse de casa editorial. En lo económico, la empresa enfrentó una demanda de quiebra por deudas superiores a los 40 000 000 de pesos y otras demandas de índole laboral, por la evasión de pagos del SAR, IMSS e Infonavit. En lo técnico, según constan los reportes internos de *Siglo 21*, quienes abandonaron el periódico se llevaron consigo información valiosa como la lista de clientes comerciales y una buena parte del archivo fotográfico; además, según el artículo publicado en el periódico y titulado “*Siglo 21*, siete días después, ¿Y la explicación?”, hubo un sabotaje a la red informática y a la rotativa encargada de imprimir el periódico (*Siglo 21*, 1997: 3).

Siglo 21 logró resolver la demanda de quiebra y continuó trabajando, pero en condiciones adversas. Durante casi un año, a marchas forzadas, Dau logró reunir un equipo que echó a andar nuevamente el periódico. Sin embargo, no fue suficiente, pues a finales de 1998 una huelga de trabajadores terminó por lacerar las finanzas ya de por sí menguadas por otros contratiempos. Los 212 empleados que en ese entonces estaban contratados por Alda Editores denunciaron que Dau Dau, “dueño de la compañía, pretendía no hacer frente a sus compromisos laborales” (Noriega, 1998). Los empleados demandaban, entre otras cosas, el pago de salarios caídos, liquidaciones e indemnizaciones. Fue así como el 18 de diciembre de 1998, *Siglo 21* puso a circular su último número, luego de 2 576 ediciones publicadas durante seis años.

La caída de *Siglo 21* tiene diversas explicaciones y para muchos, las razones de su debacle aún están en una zona liminal. No obstante, en términos de análisis de coyuntura, es claro que para *Siglo 21* la crisis económica de 1994 y la transición política de 1995, fueron piezas fundamentales en su caída. Más allá de las particularidades del caso, estas dos coyunturas marcan el quiebre definitivo del modelo de negocios a través del cual los periódicos mexicanos subsistieron durante la segunda mitad del siglo xx. Este modelo de negocios tenía tres columnas fundamentales. La primera de ellas era las ganancias que estos medios de comunicación acumulaban por la venta de ejemplares de papel. Hasta principios de los años noventa, los periódicos imprimían su producto y lo distribuían a través de sus voceadores y en menor medida, a través de suscripciones y puestos de periódicos. En este modelo, la venta de papel permitía al periódico pagar los costos de producción y distribución, y además quedarse con 50% de utilidad por la venta de sus ejemplares. La crisis de 1994 disparó el precio de los insumos para imprimir y distribuir periódicos, y las personas dejaron de comprar los diarios. Hacia finales de la década, los periódicos dejaron de ganar dinero por la venta de sus ejemplares y en algunos casos, tuvieron que subsidiar su circulación. La segunda columna del modelo de negocios eran la captación de recursos públicos a partir de la venta de

publicidad oficial. El sistema de repartición de recursos era discrecional, por lo que mucho dependía de las relaciones de los dueños, directivos y reporteros del periódico con los poderes públicos. La llegada del PAN al poder cortó de tajo esta repartición de recursos, lo cual mermó considerablemente la salud financiera de los diarios. Finalmente, la tercera columna que sostenía el modelo de negocios era la publicidad privada. Esta entrada también se vio afectada durante la crisis de 1994, pues muchas empresas decidieron dejar comprar publicidad en los diarios.

En el caso de *Siglo 21*, las tres columnas de su modelo de negocios se vieron afectadas por factores económicos y políticos, de orden global, nacional y local. Aunado a esto se debe sumar una deficiente administración empresarial. *Siglo 21* supo cómo desmarcarse del control *totalitario* del gobierno, pues astutamente se propuso hacer un “periódico sin periodistas”, en un esquema en el cual entrenó a nuevos reporteros, que ganaban un buen sueldo y que no necesitaban “completar” sus salarios en la nómina de gobierno. Sin embargo, *Siglo 21* falló en idear una estrategia para deshacerse del control *parcial* del gobierno y ofrecer un nuevo modelo de relación prensa-poder, pues terminó incorporando los pagos de publicidad oficial a su modelo de negocios.

Lo cierto es que, luego de una dura competencia, el periódico que salió más fortalecido luego de estas coyunturas fue *El Informador*. A finales de los años ochenta y principios de los noventa *El Occidental* llegó a disputarle el control de la plaza. Sin embargo, el arribo de *Siglo 21*, así como otros factores, detuvieron el crecimiento del periódico perteneciente a la OEM. A finales de la década de los noventa, *Siglo 21*, otro proyecto que había nacido con la intención de competir con *El Informador*, pereció en su intento.

La mesa estaba servida para que arribaran a Guadalajara una nueva oleada de competidores periodísticos.

La nacionalización del sistema de comunicación y la “guerra de los cabritos”

Durante el largo periodo de sustitución de importaciones que corrió entre los gobiernos de Lázaro Cárdenas y de López Portillo, Jalisco fue un estado en el que sus élites prosperaron a partir del desarrollo de actividades comerciales, agropecuarias, inmobiliarias y manufactureras, casi todas concentradas en la ciudad de Guadalajara y en sus alrededores (Valencia Lomelí, 2000: 61). Durante este tiempo se crearon empresas como Calzado Canadá y la Compañía Siderúrgica de Guadalajara (Grupo SIDEK), y continuaron otras de larga tradición como Fábricas de Francia o el Consorcio AGA (Alba Vega, 1988: 102, 126, 179). Estas condiciones llevaron a consolidar a Guadalajara entre los puntos de desarrollo más importantes del país junto con las ciudades de México y Monterrey.

Este orden de cosas empezó a modificarse a partir del “ajuste estructural” que experimentó la economía mexicana a mediados de los años ochenta. En esa década comenzó un paulatino proceso de liberalización de la economía que tuvo su

momento culmen cuando se firmó el TLC entre México, Canadá y Estados Unidos. A lo largo de estos años, la economía jalisciense tuvo que enfrentar competencia extranjera, particularmente asiática, en ramas como la zapatera y textil. Esto ocasionó que muchas empresas locales tuvieran que cerrar, lo que a su vez provocó una caída en la población económicamente activa (PEA) (Valencia Lomelí, 2000: 69). Fue así como a partir de los años ochenta, la economía jalisciense poco a poco comenzó a perder fuerza con respecto a otros estados del país.

A los procesos de globalización de la economía mexicana se sumaron otros cambios de orden interno. En los años noventa, los grandes capitales del entonces Distrito Federal y de los estados de México y Nuevo León, comenzaron a desplazar a los de Jalisco. Hasta antes de la crisis de 1994, Jalisco había tenido un producto interno bruto (PIB) mayor al de Nuevo León, sin embargo, en 1995 la economía del estado norteño superó a la jalisciense (Valencia Lomelí, 1998). Un ejemplo palpable de este reajuste económico fue la pérdida de marcas y comercios locales que durante décadas fueron emblemáticas en el estado. A finales de los ochenta y principios de los noventa, cadenas de supermercados y tiendas departamentales fueron compradas por capitales nacionales (Macías Huerta, 2005). Tal es el caso de Aurrerá, que compró a Novedades Bertha; Gigante se hizo de las tiendas Hemuda y Maxi; Farmacias Benavides absorbió a las Farmacias Levy, y Fábricas de Francia pasó a manos de la empresa El Puerto de Liverpool. Además se establecieron en Guadalajara tiendas como la Comercial Mexicana y Suburbia (Alba Vega, 1988; Gobierno del Estado de Jalisco, 2001; Torres Montes de Oca, 1988). En particular, la expansión del capital regiomontano se pudo constatar en la llegada de nuevos comercios a Guadalajara. Durante los años noventa, las misceláneas y abarroteras tuvieron que competir con tiendas de autoservicio como los Oxxo y los 7 Eleven (Macías, 2005). Las nuevas tiendas de autoservicio eran de capital regiomontano, con excepción de las tiendas 7 Eleven, de origen estadounidense, pero cuyas franquicias mexicanas son administradas por una empresa de Monterrey (Gobierno del Estado de Jalisco, 2001: 175).

El avance capitalista de los empresarios neoleonese tuvo un correlato en la industria de periódicos de Guadalajara. En la segunda mitad de la década de los noventa, el sistema de comunicación se había depurado y renovado. Los cambios políticos y económicos borraron del mapa a *El Diario de Guadalajara*, *El Jalisciense* y *Siglo 21*, así como a otras publicaciones de menor tamaño como *Por Escrito* y *El Tiempo de Jalisco*. *Público* tomó temporalmente el lugar de *Siglo 21*, pero el mercado de lectores y anunciantes en Guadalajara tenía la capacidad de aceptar a más competidores. Ante este panorama, en los últimos años de la década de los noventa, dos grupos empresariales de Monterrey echaron a andar sendos proyectos periodísticos en la ciudad. Este movimiento constituyó una de las mayores transformaciones de la estructura de control y propiedad de la prensa tapatía durante el siglo XX, pues en menos de una década pasó de ser un sistema en el que todos los diarios generalistas, excepto *El Occidental*, eran de capital jalisciense, a

un sistema en donde *El Informador* era el único periódico respaldado por capital local (Larrosa-Fuentes, 2014a, 2016b). Estos procesos, conocidos en la economía política como integraciones horizontales, cambiaron profundamente la estructura de la industria de los periódicos entre 1990 y 2010.

La historia de la expansión regiomontana por México, pero especialmente por Guadalajara, tiene su antecedente en la fundación del periódico *Público*, el cual comenzó a circular el lunes 8 de septiembre de 1997, editado en las instalaciones ubicadas en Calzada del Águila, número 951, en la Colonia Moderna. El ejemplar tuvo un costo de 4 pesos y una extensión de 64 páginas. En la primera plana, la nota más importante rezaba: “El PRI no haya la salida para Roque”. Al igual que en el primer número de *Siglo 21*, Zepeda Paterson, quien fue el primer director de *Público*, escribió un texto sobre las intenciones del nuevo periódico:

Las segundas oportunidades son un don, con frecuencia inesperado, que la vida ofrece. Fundar un periódico, otra vez, es un regalo, pero sobre todo, un desafío. Lo es porque estamos obligados a desarrollar un diario mejor y más exitoso que el anterior. Lo haremos. Arrancamos desde ahora con un diario y un sitio en Internet y continuaremos próximamente con producciones para medios audiovisuales (Zepeda Paterson, 1997: 4-5).

En términos de producto, *Público* resultó ser un periódico muy similar a *Siglo 21*, y cómo no iba a serlo, si estaba hecho por las mismas personas, era “un gemelo idéntico” (Demers, 2000: 139). El nuevo rotativo también era un tabloide, en el que se buscó incrementar –aún más–, la publicación de fotografías y gráficos propuesta en el proyecto *Siglo 21*. Por lo demás, el nuevo periódico copió la estructura de su antecesor y se pensó en publicar

los mismos suplementos y secciones, aunque con diferentes nombres. Por ejemplo, al suplemento Tentaciones se le llamaría Ocio; a Motor, se le denominaría Autos; a Binarío, se le llamaría Ciberia; a Vida y Cultura, se le llamaría Arte y Gente. Los cambios de personal y nuevas contrataciones fueron pocos, sólo algunos reporteros y editores cambiaron de puesto (Martínez Portillo, 1999: 35-41).

La novedad de *Público* apareció en su estructura de propiedad, la cual estuvo dividida entre múltiples inversionistas. De las acciones, 52% quedaron en manos de un fideicomiso, del cual 28% fue adquirido por los directivos del diario y 24% por el resto de la redacción, que en aquel tiempo estaba compuesta por 155 personas. El otro 48% serían los socios capitalistas: 24% de ellos dieron el capital inicial (1.1 millones de dólares) y el resto, 24%, se vendería a un grupo periodístico extranjero. El capital inicial fue conseguido a través de la aportación de 30 empresarios locales que compraron acciones de 0.5% y 1% (Fernández, 1997: 68; Martínez Portillo, 1999: 42; Zepeda Paterson, 1997). Sin embargo, como sucede en muchas

ocasiones, el diseño real de una empresa no se corresponde con su diseño jurídico. *Público* no fue la excepción, pues en el acta constitutiva número 14 499, tomo 95, libro tercero, se establece que la empresa que editó *Público* se nombró como “Página Tres SA de CV” y se formalizó el 27 de junio de 1997, en la Notaría número 3 de Tlaquepaque, Jalisco, bajo una sociedad mercantil anónima de capital variable “entre los señores Jorge Zepeda Paterson y Juan José Álvarez Páramo. El capital social fijo o mínimo, sin derecho a retiro, es de \$50,000.00 cincuenta mil pesos”. Este documento señala en su artículo décimo sexto, que en la asamblea de la empresa, “cada acción dará derecho a un voto”. Esta característica hizo de *Público* un caso singular en la historia de la prensa local pues, a diferencia de la mayoría de los periódicos que eran producidos por una empresa familiar, el nuevo periódico nació como una “empresa democrática”, empresa que se distingue por tener varios inversionistas que tienen derecho a voto, independientemente del tamaño de sus acciones (Sollinge, 1999: 53).

Aunque en los primeros meses tuvieron complicaciones para distribuir el diario por un problema con los voceadores, *Público* logró posicionarse rápidamente en el mercado, tomando el lugar de *Siglo 21* y apoderándose del segundo lugar en circulación y lectoría. En sus primeros meses de operación, el periódico contó con más de seis páginas de publicidad y con una circulación que rondó los 20 000 ejemplares (Fernández, 1997: 72). Sin embargo, al poco tiempo de que *Público* saliera a la luz, comenzó trascender que Grupo Reforma tenía entre sus planes abrir un nuevo periódico en Guadalajara con una inversión de 18 000 000 de dólares, un monto casi 20 veces superior a la inversión inicial que se había hecho en *Público*. Los focos rojos se encendieron en el equipo operativo, por lo que el grupo comandado por Zepeda Paterson decidió acelerar los tiempos y avanzar en la venta de 24% de las acciones que originalmente habían sido pensadas para venderse a un grupo extranjero.

En una carrera contra el tiempo, los directivos de *Público* contactaron a tres grupos extranjeros, pero no tuvieron el éxito deseado. Se acercaron al Grupo Z de Barcelona, pero a esta organización no le resultó interesante tener un periódico en México; después buscaron a los estadounidenses *Dallas Morning News* y al *San Anthony Exprés* y tuvieron resultados similares. Los meses corrían y Grupo Reforma estaba por echar a andar su nuevo proyecto periodístico, por lo que decidieron escuchar ofertas de empresarios nacionales y locales, entre ellas la de Federico Arreola, quien en aquel tiempo representaba a los dueños de lo que entonces se llamaba Grupo Multimedios. Desde 1993 este grupo empresarial había comenzado a concebir su expansión de Monterrey a la capital del país, pero la crisis de 1994 detuvo sus planes por un par de años. Luego de sentarse a conversar con Arreola, los integrantes de *Público* decidieron aceptar su oferta, que incluía la compra de 66.6% de las acciones del periódico —más del doble de lo que originalmente habían planeado—. Fue así como el 13 de agosto de 1998, según constan los documentos disponibles en el Registro Público de la Propiedad de Jalisco, se

desarrolló un proceso de “enajenación de acciones de Página Tres SA de CV a Multimedios Integrados SA de CV por \$20,780.00” (escritura pública 4392). El consejo de administración quedó conformado por Francisco Antonio González Sánchez (presidente), por Roberto Elías Hernández (secretario) y por Hugo Ismael Chapa Gamboa (tesorero). Como se verá más adelante, más que comprar un periódico, Grupo Multimedios estaba interesado en hacerse del conocimiento (*know how*) de un grupo de personas que lograron transformar el periodismo local en su paso por *Siglo 21* y que a la postre se convirtieron en una parte importante de la columna vertebral de lo que en la siguiente década se constituyó como Grupo Milenio, una red de periódicos, radiodifusoras y televisoras en distintos estados del país.

Ante sus lectores, *Público* justificó el cambio en la estructura de propiedad del diario como una estrategia para fortalecer el proyecto periodístico y entregar un producto de mejor calidad:

Hace un año más de 200 periodistas y trabajadores fundaron el periódico *Público* en Guadalajara gracias al apoyo de treinta inversionistas locales. En tiempo récord el diario se convirtió en un medio de gran penetración y relevancia en la vida tapatía gracias a su circulación y calidad. A partir de hoy arranca una segunda fase. El grupo original ha establecido una alianza estratégica con la revista Milenio, que pertenece a grupo Multimedios Estrellas de Oro, SA, integrado entre otros por *El Diario de Monterrey*, *La Opinión de Torreón* y el *Diario de Tampico*. El propósito de esta asociación es impulsar el crecimiento de *Público* a gran escala y la participación de sus profesionales en un proyecto nacional más amplio, al que convoca el grupo Multimedios Estrellas de Oro SA. Para ello esta última empresa adquirió el 66.66 por ciento del capital de Página Tres SA, editora de *Público*, y los inversionistas locales y los trabajadores mantendrán el tercio restante. El director y el equipo de periodistas y profesionales originales conservarán la conducción del diario y la línea editorial seguirá inalterable. Esta negociación entraña una capitalización considerable de Página Tres SA, lo cual permitirá el fortalecimiento de la infraestructura para un desarrollo acelerado del diario (*Público*, 1998a: 3).

La compra de *Público* fue resultado de un proceso de expansión de Grupo Multimedios Estrellas de Oro, una empresa familiar regiomontana que nació en 1930 cuando Jesús Dionisio González compró la estación radiofónica XEX “El Herald del Comercio”. Muchos años después, en 1968, compró el Canal 12 de televisión y seis años más tarde, en 1974, fundó *El Diario de Monterrey*. A lo largo de las dos décadas siguientes, este periódico compitió por el mercado de lectores y anunciantes de la capital regiomontana, hasta que en la década de los noventa, la familia González decidió expandir sus horizontes hacia otras ciudades del país. El objetivo central era abrir un periódico en la ciudad de México para competir con el diario *Reforma*. De acuerdo con uno de los directivos del periódico *Público*, Federico Arreola pensó que para competir con

Grupo Reforma tendrían que ofrecer un producto distinto, por lo que convenció a Federico González, entonces director de Grupo Multimedios, de primero comprar *Público* y después desembarcar en la Ciudad de México, tal como lo relata un periodista que presenció estas negociaciones:

si quieres competir con Grupo Reforma, no puedes hacer imitando a Grupo Reforma, los únicos que están haciendo un periódico y un periodismo distinto, son las personas que estaban en *Siglo 21* y que ahora se fueron a *Público* y que saben hacer tabloides, vamos a asociarnos con ellos para sacar un tabloide en México (Comunicación personal).

Fue así como se hicieron del periódico *Público* y después, en el año 2000, fundaron *Milenio Diario* en la Ciudad de México y más periódicos en diversas ciudades del país. El grupo también incursionó en la compra de estaciones de radio, televisión y de proveedoras de servicios de telefonía, Internet y televisión por cable. Además, con el paso de los años este grupo se ha diversificado en sectores como el entretenimiento, así como de servicios restauranteros y de *marketing* (Hernández Ramírez, 2010: 82-83).

Zepeda Paterson y compañía lograron uno de sus objetivos principales: blindar económicamente a *Público* frente a la llegada de un poderoso competidor como Grupo Reforma. Sin embargo, fallaron en retener dos de los rasgos fundamentales de *Siglo 21* y de los primeros meses de vida de *Público*. El primero fue mantener la estructura “democrática” de una empresa local. En diciembre de 1998, apenas unos meses después de la transacción inicial, Grupo Multimedios compró el resto de las acciones del periódico (*Público*, 1998b: 3). Con ello, *Público* se convirtió en una empresa familiar que poco a poco se iba convirtiendo en un corporativo nacional. Esto significó que los directivos, editores y reporteros dejaron de ser accionistas del diario, y que todos los empresarios locales que habían invertido en *Público* vendieran su participación. El segundo rasgo que se perdió fue el carácter periodístico local. Un ejemplo de ello fueron los cambios en el nombre del periódico, que en 1998 pasó a llamarse *Público-Milenio* y en 2011 mutó definitivamente a *Milenio Jalisco*. Otro ejemplo, mucho más relevante, fue la disminución en el número de reporteros en la redacción de Guadalajara. La producción informativa se distribuyó en todas redacciones del Grupo en distintas ciudades del país. Por ejemplo, la sección de política nacional se producía en *Milenio Diario*, ubicado en la Ciudad de México, la cual después era enviada a los periódicos de “provincia” para incluirse en las ediciones locales. Además, los periódicos poco a poco fueron dándole prioridad a aquellos colaboradores editoriales (columnistas y analistas), que en su mayoría viven en el Distrito Federal y que se supone escriben sobre asuntos de interés nacional. Tanto en ubicación dentro de los diarios, como en tamaño, los columnistas locales fueron perdiendo espacios frente a los nacionales. Además, algunos periódicos, como fue el caso de *Público Milenio*, poco a poco

fueron dejando de retribuir económicamente a sus colaboradores editoriales. Estos cambios, que en primera instancia abarataron los costos y beneficiaron el desarrollo económico de los periódicos, trajeron consigo algunas consecuencias nocivas para el sistema de prensa local en Guadalajara. Este fenómeno, que se ha llamado “edicionalización” (González-Borjas, 2000), jugó en contra de las propuestas periodísticas de corte local que en su momento fueron impulsadas por *Siglo 21* y después, efímeramente por *Público*. Poco tiempo después de que Grupo Multimédios se hizo del control total de *Público*, Jorge Zepeda Patterson dimitió a la dirección del periódico, dejando en su lugar a Diego Petersen. En medio de todos estos cambios, *Público* estaba listo para competir con Grupo Reforma.

El 20 de noviembre de 1998, tres meses después de que Grupo Multimédios hiciera su primera inversión en *Público*, comenzó a circular en Guadalajara el diario *Mural*, editado por Grupo Reforma. Este grupo se ha caracterizado por ser muy hermético en la información que deja ver de sus entrañas, por lo que no se sabe exactamente cuál fue la inversión inicial para echar a andar *Mural*. Según la revista *Expansión* (Rico Tavera, 2002) la inversión fue de 15 000 000 de dólares: otros investigadores como María Elena Hernández (2010: 90) documentan que fueron 22 000 000 de dólares, y entre el gremio periodístico se asegura que fueron 30 000 000 de dólares. Lo cierto es que bajo los cálculos más conservadores (15 000 000 de dólares), la inversión inicial de Grupo Reforma fue 5 veces superior a la de *Siglo 21* y 15 veces la de *Público*.

La primera razón social de la empresa que editaba *Mural* fue “Comunicación Integrada de Occidente SA de CV”, que según la escritura 1851, folio 2419 y con fecha del 22 de abril de 1997, fue una sociedad mercantil, anónima y de capital variable, cuyo objeto social era “constituir, adquirir, operar y comercializar empresas dedicadas a la edición de diarios, libros, revistas y cualesquier otro medio de transmisión impresa”. Su capital social mínimo fue de \$50 000.00, dividido en 50 acciones: 45 pertenecientes al “Consorcio Interamericano de Comunicación SA de CV” y 5 a “Ediciones del Norte”. El consejo de administración estuvo integrado por Alejandro Junco de la Vega González (presidente), Rodolfo Junco de la Vega (secretario) y Ricardo Junco Garza (vocal).

Como resulta evidente en el acta constitutiva de *Mural*, Grupo Reforma es una empresa de carácter familiar, cuya historia comenzó el 2 de abril de 1922 (cinco años después de la creación de *El Informador*), cuando Rodolfo Junco de la Vega Voigt fundó el diario vespertino *El Sol*, en la ciudad de Monterrey. Los siguientes 16 años fueron de crecimiento para este periódico y el 15 de septiembre de 1938, Junco de la Vega echó a andar *El Norte*, un rotativo matutino que estaría por convertirse en uno de los periódicos más sobresalientes de México durante el siglo XX (Grupo Reforma, 2017).

El Norte fue fundado gracias a que la familia Junco de la Vega se asoció con la familia Garza Sada, dueña de la Cervecería Cuauhtémoc, quien otorgó un financiamiento para mantener en circulación *El Sol* y para echar a andar *El Norte*.

Este detalle es fundamental para comprender el rol ideológico que desempeñó este periódico, “como vocero de los intereses empresariales regiomontanos”. Estos intereses, que se construyeron en el marco de una ideología de doctrinas social-cristianas del siglo XIX, llevaron a dichas familias a utilizar a este diario como un contrapeso a la doctrina socialista del presidente Lázaro Cárdenas (Smith Pussetto, García Vázquez y Pérez Esparza, 2008: 16, 23).

En las décadas de los setenta y ochenta hubo cambios importantes en el contexto nacional, pues México entró en el largo proceso de ajuste estructural y apertura comercial ya explicado anteriormente. Estas nuevas políticas económicas resultaron mucho más afines a los intereses de los empresarios regiomontanos. En la vida interna de *El Norte* también hubo cambios y se dio un relevo generacional, en el que Alejandro Junco de la Vega González tomó el lugar Rodolfo Junco de la Vega Voigt, quien fuera su abuelo. Alejandro, antes de ser director de la empresa, estudió cursos de posgrado sobre periodismo en Estados Unidos. Esta experiencia hizo que a su regreso ejecutara una serie de cambios en *El Norte* y *El Sol*, a partir los conocimientos que había adquirido en la Universidad de Austin.

Entre otras cosas, Junco de la Vega hizo traer de Estados Unidos a la doctora Mary Gardner, quien organizó cursos para los periodistas mexicanos, mejoró la impresión de los periódicos y dispuso la creación de redacciones computarizadas. La “escuela texana” marcó al Grupo Reforma, especialmente en la formación de sus periodistas. Junco de la Vega buscó formar profesionales que estuvieran blindados ante la corrupción y el modelo de relaciones de la prensa y los poderes públicos, algo muy similar a lo que harían Alfonso Dau Dau y Jorge Zepeda Paterson en la Guadalajara de los noventa al echar a andar *Siglo 21*. En particular, *El Norte* inculcó reglas profesionales y éticas a sus periodistas como vestir formalmente, pagar todos sus gastos durante su trabajo periodístico, lo que incluía no consumir alimentos y bebidas ofrecidas por sus fuentes, y rechazar cualquier tipo de prebendas y regalos de sus fuentes de información (Pazos, 2017).

A finales de la década de los ochenta el grupo puso a circular en Monterrey el tabloide policial *Metro*. La joya de la corona surgió el 20 de noviembre de 1993, cuando los Junco de la Vega inauguraron el diario *Reforma* en la Ciudad de México, con una inversión de 60 000 000 de dólares. En la dirección del periódico se estableció Ramón Alberto Garza, quien se arropó con experimentados periodistas como Raymundo Riva Palacio, Enrique Quintana y René Delgado, además de un equipo de 682 empleados, de los cuales 220 eran periodistas (Hernández Ramírez, 2010: 76; Lawson, 2002: 77). El éxito de *Reforma* en la Ciudad de México fue muy importante, particularmente porque en ese tiempo había un gran escepticismo sobre la posibilidad de que en un país tan centralista como México, un grupo “de provincia” pudiera competir con los periódicos más importantes de la capital.

Exactamente cinco años después de la aparición de *Reforma*, la familia Junco de la Vega inauguró el diario *Mural* en Guadalajara y siete años más tarde, en 2005,

el tabloide policial *Metro*. *Mural* estuvo precedido por *Jalisco*, un semanario que circuló durante un año y que sirvió como laboratorio para hacer el abordaje final a la capital tapatía. El nuevo rotativo entrenó a reporteros, contrató a periodistas experimentados y les pagó mejores sueldos que los que se ofrecían en el resto de las redacciones. En una estrategia agresiva, durante sus primeras semanas de circulación, *Mural* regaló 12 000 ejemplares diarios, que representaban más o menos la mitad de su tiraje. Además, según narra un reportaje, en noviembre de 1998 Grupo Reforma desplegó carteles por toda la ciudad anunciando la llegada de *Mural*, con el eslogan “expresión de Jalisco”. Los carteles mostraban la pintura “El hombre de fuego”, del *muralista* José Clemente Orozco, la cual se encuentra en la cúpula del Instituto Cultural Cabañas, uno de los edificios más emblemáticos de la ciudad. Estas claves ayudan a entender de donde proviene el nombre del periódico (*Mural*) y su logotipo, que muestra la cúpula del edificio que alberga la pintura de Orozco. A esta campaña publicitaria, *Público* respondió con carteles que promocionaban su propia marca y en cuestión de días, algunas partes de la ciudad estaban tapizadas por una competencia comercial entre dos empresas periodísticas, situación pocas veces vista. *Siglo 21*, que estaba en sus últimos meses de circulación, llamó a esta competición publicitaria, “la guerra de cabritos”, en franca alusión al origen regiomontano de ambas empresas (Rico Tavera, 1999: 71).

La familia Junco de la Vega tuvo un gran olfato empresarial para abrir un nuevo periódico en Guadalajara. En una primera lectura de esta decisión, resulta obvio argumentar que la ciudad ofrecía un buen mercado de lectores y anunciantes y que, por tanto, valía la pena hacer una nueva inversión. Sin embargo, más que Guadalajara *per se*, a Alejandro Gómez Junco le interesaba crear un nuevo mercado publicitario y de lectores, integrado por las ciudades de Monterrey, Guadalajara y la Ciudad de México, tal como lo señaló en una entrevista periodística: “Nos lanzamos a Guadalajara para cerrar el triángulo de las tres grandes capitales y, *aunque no esperamos el gran negocio*, sí puede ser una plaza muy rentable” (Rico Tavera, 1999: 68; cursivas añadidas).

La nueva competencia periodística, entonces, ya no era en el nivel local, sino en el nivel nacional. Incluso, en un análisis más sofisticado, puede señalarse que, Grupo Reforma y Grupo Milenio, crearon un *nuevo espacio* de producción, distribución y consumo periodístico compuesto por las tres ciudades más ricas del país (Larrosa-Fuentes, 2016a), en lo que el economista Vincent Mosco (2009) llama “especialización” de la comunicación. En Monterrey, Guadalajara y la Ciudad de México se genera el desarrollo económico más importante del país, y en conjunto, estas tres ciudades se convirtieron en el espacio ideal para poner a circular periódicos. Este nuevo espacio, llamado el “triángulo de oro”, benefició a todos los periódicos del sistema, incluso a los más viejos. En el reportaje titulado “La guerra civil de los diarios tapatíos”, Álvarez del Castillo, director de *El Informador*, declaró que la llegada de los consorcios regiomontanos no nada más había traído una mayor competencia periodística a Guadalajara, sino también había logrado aumen-

tar el mercado publicitario y lejos de perder, *El Informador* ganó en circulación y ventas de publicidad:

Nuestra circulación, certificada por el Instituto Verificador de Medios, era de 36 mil ejemplares en 1998 y ahora andamos en 39,500. El diario mantiene el liderazgo, en lectores y anunciantes, con una participación del mercado publicitario que Gallup estima en 48% (Rico Tavera, 1999: 70).

Ahora bien, el éxito comercial y periodístico que tuvieron los grupos Reforma y Milenio, no fue un resultado exclusivo del “olfato” financiero de las familias Junco y González. Su prosperidad también estuvo ligada a una breve mejoría del panorama económico en México. Luego de la crisis económica de 1994 el país comenzó a levantar sus finanzas a través de una política neoliberal que buscó, entre otras cosas, el incentivo de la inversión extranjera. En Jalisco esta política también fue adoptada, pues existió un acuerdo entre el gobierno estatal y federal en torno a que la economía debía ser desarrollada bajo estos esquemas. En aquellos años hubo un incremento en las exportaciones, un alza en los índices de empleo, se renegociaron deudas y los distintos órdenes de gobierno reanudaron la inversión en obras públicas (Valencia Lomelí, 1998: 28).

Las políticas económicas de los gobiernos federal y local reactivaron algunos de los sectores económicos que habían sido devastados en 1994, y como consecuencia se incrementó la generación de empleos. En resumen, la economía se recuperó, pero bajo un nuevo esquema en donde la bonanza fue generada por capitales que provenían de otras partes del mundo (Alba Vega, 2008: 30; Valencia Lomelí, 1998: 25). El caso del desarrollo de la industria electrónica es emblemático para ilustrar esta situación, aunque sin duda, hay otros. Entre 1995 y 1997, 48% de la inversión extranjera llegó a través de empresas como IBM, HP, Kodak, Philips, Siemens, Texas, Xerox, Motorola, NEC, CP Clare, Electronics, Pentax Mexicana; ensambladoras como SCI, Interelec, Circuits, MTI, y de proveedoras de materiales y servicios como Pantera, Molex, Solestrón, Cherokee Nat Steel y Jabil. Para 1999 las exportaciones en Jalisco de este sector fueron de más de 9 000 millones de dólares, rebasando, incluso, a las exportaciones nacionales de petróleo crudo (Alba Vega, 2008: 21). La cúspide de este periodo de bonanza económica ocurrió en el año 2000, cuando la inversión extranjera directa en Jalisco fue de 1 130 millones de dólares.

El auge de la economía jalisciense entre 1997 y 2001 coincide con la percepción de diversos periodistas y editores, que recuerdan estos años como una buena época para los periódicos. Durante este periodo las marcas comerciales, empresas y prestadores de servicios volvieron a invertir en publicidad. Aunque hacen falta estudios morfológicos más detallados de la publicidad que apareció en este periodo, al revisar los periódicos de la época resulta evidente que sí hubo un cambio sustancial en el tipo de marcas y el volumen del mercado publicitario que se anunciaba en estas publicaciones. Esto se tradujo en una mayor autonomía de los

periódicos, pues ya no tuvieron que depender de la publicidad oficial para hacer su trabajo. Un periodista local recuerda que el año 2000

fue el último gran año de la fortaleza institucional de los periódicos. En el año 2000 todos ganamos dinero. No había todavía la crisis de tiros, no había nuevos medios, Internet iba naciendo. Entonces yo lo pongo como el año extraordinario de los periódicos (Comunicación personal).

El repunte de la economía mexicana y jalisciense y la modernización del modelo de negocios de los periódicos, lograron crear un mejor escenario para el desarrollo de un periodismo crítico e independiente.

La “guerra de los cabritos” es una historia que resulta fundamental para comprender la industria de los periódicos de Guadalajara. La llegada de los grupos regiomontanos, precedida por las interesantes experiencias de *Siglo 21* y *Público*, renovó la forma de hacer periódicos en la ciudad. Algo que fue notable es que se creó una nueva generación de periodistas en los años noventa, con claras diferencias con los reporteros que trabajaron en los periódicos durante las décadas anteriores. En las redacciones se contrataron a profesionistas y los sueldos, si bien nunca llegaron a ser muy altos, sí mejoraron con respecto a décadas anteriores. La mayoría de los reporteros dejaron de cobrar su sueldo por mitad en la redacción y por mitad en dependencias oficiales y muchos trabajadores de la información gozaron de contratos y prestaciones laborales. En esta época, entonces, se abolió el control *totalitario* de los gobiernos sobre la prensa. Además, en el plano tecnológico, los periódicos invirtieron recursos económicos para montar redacciones modernas, donde las computadoras e Internet fueron el eje de la nueva organización de la redacción y fue a partir de estos años (1998-2002) que los periódicos comenzaron a publicar sus primeras páginas en línea.

La aventura regia en tierras tapatías también tuvo ecos en la historia de la prensa nacional. Luego de competir durante años en la capital de Nuevo León, especialmente a través de *El Norte* y *El Diario de Monterrey*, los grupos Reforma y Milenio se volvieron a ver las caras en Guadalajara a través de la competencia de *Público-Milenio* y de *Mural* y dos años más tarde en la ciudad de México, a través de *Milenio Diario* y *Reforma*. El proceso de expansión (i.e., integración horizontal) de estas dos empresas marcó al periodismo nacional. Estos grupos de Monterrey se convirtieron, junto con la OEM, en las tres empresas de mayor ascendencia en la industria de periódicos en el país.

La estabilidad y bonanza económica de los periódicos no duraron mucho tiempo. Los primeros años del nuevo milenio depararían nuevas crisis para los diarios de Guadalajara, crisis que volverían a transformar el modelo de negocios de estas empresas periodísticas, así como sus relaciones con el poder público.

La crisis económica de 2002 y la (re)activación del modelo de control sobre la prensa

A partir del año 2000 la economía comenzó un proceso de desaceleración paulatina que se agravó con la crisis financiera mundial desatada luego de los atentados a las Torres Gemelas en Nueva York en 2001. Esta crisis global afectó a México y especialmente a Jalisco, al grado que en 2003 la inversión extranjera en el estado fue inferior a la de 1996 (Alba Vega, 2008: 23-24). La crisis económica de principios del milenio no fue tan abrupta como la de 1994, pero sí fue lo suficientemente fuerte para que algunos de los sectores comerciales más importantes dejaran de anunciarse en las páginas de los diarios tapatíos.

Por otra parte, el escenario político volvió a modificarse. Cuando el PAN llegó al poder en 1995, el partido gozaba de legitimidad y fuerza por haber derrotado al partido de Estado y porque la economía vivía un corto periodo de recuperación. Esto le permitió al PAN volver a ganar las elecciones de 2001. Aunque existen matices, algunos de los cuales discuto más adelante, los gobiernos del PAN en el nivel local ampliaron la libertad de expresión y de información significativamente. Los periodistas poco a poco observaron que podían investigar y escribir críticamente sobre los poderes públicos sin tener represalias tan funestas como ocurría en décadas pasadas, las cuales incluían el despido o incluso atentados en contra de la integridad física de los comunicadores. Además, el PAN, tanto en el nivel nacional y local, promovió la creación de leyes de transparencia y acceso a la información (Masini Aguilera, 2016). En este sentido, uno de los periodistas entrevistados para este ensayo describió el escenario político de la siguiente forma:

debemos reconocer que con los gobiernos panistas, a nivel nacional y local, se relajó un poco la ley mordaza y la censura. Nada que ver con lo que sucedió en los tiempos priistas, y no es que se haga apología del PAN. En los años setenta un jefe de redacción no podía dar visto bueno si no tenía autorización de la Secretaría de Gobernación. No te voy a decir que los panistas sean la quintaescencia, pero [el escenario] sí cambió con su visión de centro derecha de defensores de la libertad de expresión (Comunicación personal).

Sin embargo, no todo fue miel sobre hojuelas en términos de comunicación política y periodismo. Si bien aumentó la libertad de expresión y la transparencia de las entrañas del gobierno, la relación entre la prensa y los poderes públicos se volvió tensa. Más pronto que tarde, los panistas entendieron que la libertad periodística implicaba una mayor crítica a la función pública y esto fue algo que en muchas ocasiones no supieron sobrellevar de forma adecuada. En particular, resulta sobresaliente el ejemplo de Francisco Ramírez Acuña, quien en 2001 se convirtió en el segundo panista en ganar la gubernatura del estado. Este gobernante se caracterizó por su autoritarismo y por tener una mala relación con los medios de comunicación. Desde un principio, el político demostró poca tolerancia a la crítica de la

prensa y comenzó a buscar formas de controlar a los medios de comunicación y a sus periodistas.

El nuevo escenario de turbulencias económicas globales y cambios políticos locales, abrió la puerta para que el dinero público volviera a ser un elemento importante en el modelo de negocios de la prensa, así como en un instrumento de control sobre estas organizaciones informativas. Como lo señalé en una sección anterior, el grave defecto de las medidas tomadas por el gobierno de Alberto Cárdenas Jiménez para modificar las relaciones entre la prensa y el poder público, fue que no presentó ningún tipo de modelo alternativo al existente. En pocas palabras, el gobierno panista destruyó el modelo y buscó que la inercia política construyera uno nuevo. Esto resultó pernicioso y regresivo, pues permitió que se desarrollara un modelo opaco, antidemocrático y discrecional. En este contexto, los gobiernos panistas, no solamente en el nivel local, sino también federal, reeditaron las viejas prácticas priístas de control a los medios de comunicación, pero con algunas variantes. El nuevo modelo se basó en la asignación de recursos públicos para la compra de publicidad oficial. La negociación de estos recursos se volvió exclusivamente cupular, donde los directivos y dueños de los medios establecían acuerdos económicos y periodísticos con los distintos órdenes de gobierno y el dinero entraba directamente a los medios y ya no pasaba por las manos y bolsillos de los reporteros, como ocurría en el pasado. Entonces comenzó a disputarse una gran bolsa económica llena de recursos públicos. Por eso, como lo señala un periodista entrevistado, para muchas empresas periodísticas resultó mucho más cómodo “tener una relación con el gobierno y vivir con lo que el gobierno reparte, que generar productos informativos de calidad que les permita ampliar su catálogo de anunciantes” (Comunicación personal).

Una de las ventajas que ofrecieron las nuevas leyes que regulan la transparencia y el acceso a la información pública fue que, por primera vez en la historia de la democracia mexicana, fue posible probar —al menos parcialmente—, el flujo de dinero de los distintos órdenes de gobierno hacia los medios de comunicación. A partir de peticiones de transparencia documenté algunos de los gastos en publicidad de los gobiernos federal y estatal. Entre 2001 y 2010 el gobierno federal invirtió casi 90 000 000 pesos en publicidad en los periódicos de Guadalajara, entre los que se destaca que 20 000 000 fueron para *Mural*; 14 000 000 para *El Informador*, y 17 000 000 para *Público Milenio*. Por otro lado, entre 2004 y 2010, el gobierno de Jalisco gastó más de 46 000 000 de pesos en publicidad impresa, de los cuales *El Informador* y *Mural* recibieron un poco más de 13 000 000 de pesos cada uno, y *Público-Milenio* 8 000 000 (Larrosa-Fuentes, 2012: 201-202). El cálculo sobre los ingresos por publicidad oficial que aquí se presenta, es solamente una parte del flujo de recursos a la prensa. A estos recursos habría que sumarles los gastos que hacen los municipios, los congresos local y federal, los organismos del Poder Judicial, así como todas las instituciones públicas descentralizadas o autónomas, como la Comisión Estatal de Derechos Humanos. Es evidente que la cifra de los ingresos

de recursos públicos de los periódicos, al agregarse estas otras dependencias, debe aumentar considerablemente.

Un caso que ejemplifica de forma drástica el regreso del financiamiento público a la prensa, es *La Jornada Jalisco*, un periódico que comenzó a circular en Guadalajara en 2005 y que fue fundado por el periodista Juan Manuel Venegas.

Aunque *La Jornada Jalisco* tuvo un fuerte vínculo con el periódico *La Jornada*, este caso es distinto al de *El Occidental* y su relación con la OEM y al de *Mural* con Grupo Reforma, dos periódicos que eran una parte de consorcios periodísticos nacionales. En este caso, *La Jornada* creó un sistema de expansión nacional a través de un modelo de franquicias. *La Jornada* accedió a que empresas utilizaran su marca e imagen para hacer ediciones locales del periódico. Así, en Guadalajara se producía la edición de *La Jornada Jalisco*, un proceso que incluía la creación de una edición local con información política, social y cultural de la ciudad, así como una sección de análisis y opinión. Después, antes de distribuir el periódico, se encartaba una edición de “*La Jornada*, que ofrecía información nacional, internacional, deportiva, científica, así como una variedad de suplementos como *La Jornada Semanal*”, “*Hojarasca*”, “*Letra S*”, entre otros. Este proceso generó un periódico sui géneris, pues los lectores tenían acceso a un producto elaborado por dos empresas distintas (i.e., *La Jornada* y *La Jornada Jalisco*).

La Jornada Jalisco se hizo un espacio entre los periódicos que circulaban en Guadalajara. Un grupo de reporteros, editores y articulistas, en su mayoría jóvenes, lograron hacer un periódico que intermitentemente publicaba temas que escaseaban en la prensa local, como coberturas al trabajo de organizaciones civiles, movimientos sociales y comunidades rurales. Este equipo de trabajo fue integrado por un promedio de 15 personas: es decir, una redacción pequeña comparada con la del resto de los periódicos de la plaza, logró darle un giro al tratamiento del tema de los derechos humanos, pues los reporteros y editores no se constreñían a entender este tema como sinónimo de lo que ocurre en la Comisión Estatal de Derechos Humanos. De esta forma se publicaron textos sobre despojos en comunidades lejanas a la capital del estado, sobre las prácticas de tortura en las corporaciones policiales, y notas sobre los problemas ambientales que de la región occidente.

Sin embargo, *La Jornada Jalisco* tuvo serios problemas de financiamiento desde su inicio, problemas originados en un anacrónico modelo de negocios. Este periódico, por cuestiones ideológicas, decidió prescindir de publicidad proveniente del sector privado. Esto es sencillo de comprobar, pues en sus casi 10 años de circulación, *La Jornada Jalisco* no tuvo anuncios comerciales, salvo algunas carteleras cinematográficas que se publicaron en los primeros años de vida del rotativo. Por otro lado, la venta de ejemplares no fue un ingreso redituable para esta empresa. Aunque en la revista *Medios Publicitarios Mexicanos* (MPM) y en el Padrón Nacional de Medios Impresos *La Jornada Jalisco* reportó tener un tiraje de 25 000 ejemplares diarios, los testimonios que he recabado de periodistas, editores, vendedores de periódicos y voceros, señalan que *La Jornada Jalisco* tuvo una

baja circulación que rondaba entre las 1 000 y 2 000 copias por día. Estos datos indican que *La Jornada Jalisco* se llevaba muy pocos recursos económicos por la venta de sus ejemplares de papel.

Las fuentes de ingresos de este periódico, entonces, provinieron sustancialmente de recursos públicos. A grandes rasgos, Juan Manuel Vengas apostó por un modelo de negocios que tenía su mayor flujo en el dinero que ofrecen las oficinas de gobierno por la divulgación de publicidad oficial y la publicación de gacetillas. Este modelo de alta dependencia al presupuesto público fue lo que llevó a *La Jornada Jalisco* a una situación muy endeble, pues su trabajo periodístico respondía, en muchas ocasiones, a los intereses del gobierno que pagaba sus cuentas y no a los intereses de sus lectores. A los colaboradores no se les pagaba a tiempo y reporteros y editores tuvieron que aguantar, en más de una ocasión, el retraso de sus quincenas. Muchos de estos reporteros, que fueron maltratados laboralmente, demandaron al director del diario (Blas Alvarado, 2012). Durante casi 10 años *La Jornada* nacional no se inmutó ante la administración del diario local; tampoco lo hizo ante la bamboleante línea editorial de *La Jornada Jalisco*.

Hacia el final de su existencia, *La Jornada Jalisco* apoyó abiertamente a los gobiernos locales del PRI, quienes a su vez ofrecieron recursos públicos para la operación del periódico. En junio de 2015 se celebraron las elecciones intermedias en Jalisco y el PRI perdió las presidencias municipales de Guadalajara y Zapopan, así como la mayoría en el Congreso local. Al salir el PRI del poder, *La Jornada Jalisco* perdió a una de sus fuentes más importantes de financiamiento y el 13 de diciembre de 2015, luego de casi 10 años de trabajo, el periódico dejó de circular en Guadalajara. Unos días antes, el 11 de diciembre, *La Jornada* nacional publicó un comunicado en el que señalaba que se rescindía el contrato a través del cual se permitía que la Editora de Medios de Michoacán imprimiera y comercializara los diarios y *La Jornada Jalisco*. Cuatro días más tarde, el 15 de diciembre, *La Jornada* publicó un editorial titulado “Sobre *La Jornada Michoacán* y *La Jornada Jalisco*” dirigido a sus lectores. En aquel artículo se explicó que tanto *La Jornada Jalisco*, como *La Jornada Michoacán*, incurrieron en un “incumplimiento reiterado de las contraprestaciones económicas convenidas”, lo que “llevó a la dolorosa decisión de dar por terminada la relación empresarial” (*La Jornada*, 2015: 13).

El caso de *La Jornada Jalisco* muestra cómo fue que la publicidad oficial volvió a convertirse en un instrumento de control para la prensa local. El resto de los periódicos también fueron beneficiados con recursos públicos, pero no perecieron porque sus ingresos también provenían de la publicidad del sector privado, así como de la venta de ejemplares a partir de sistemas de suscripciones. Sin embargo, los contenidos de los periódicos también se vieron influidos y condicionados por este sistema. El artículo “Cuando la publicidad se disfraza de periodismo” (Ramírez Flores, 2012) es una investigación que documenta cuantitativa y cualitativamente cómo es que los gobiernos municipales pagaron por publicidad a la prensa y televisión local. Esta investigación ilustra cómo es que el caso de *La Jornada Ja-*

lisco, aunque extremo, no fue único en el sistema de comunicación de Guadalajara. Por ejemplo, esa investigación documenta, a partir de información solicitada al Ayuntamiento de Tlajomulco, cómo es que el periódico *Mural* firmó contratos por “prestación de servicios publicitarios” con ese municipio, en los que el periódico se comprometía a publicar –con discreción– información “relativa a los programas y actividades desarrolladas por el municipio”. En la misma investigación se comprueba cómo es que el periódico publicó notas informativas, sin firma, donde se reproducía la información generada desde el ayuntamiento de marra.

La democratización que vivió el sistema de comunicación de Guadalajara a finales de los años noventa, particularmente en la industria de periódicos, vivió una regresión a mediados de la primera década del nuevo milenio. Al complicarse el panorama económico mundial y al transformarse el escenario político local, las gacetas regresaron abiertamente a los paquetes comerciales de los diarios y el gasto público en publicidad tendió a aumentar. La regresión no fue total, pues las presiones gubernamentales no fueron tan abiertas como en los años setenta del siglo XX cuando algunos funcionarios públicos podían llamar directamente a una redacción para ordenar cómo escribir o presentar un texto. Sin embargo, la firma de contratos por publicidad sí comprometió la independencia de los diarios y sometió a la prensa en ciertos temas y en ciertas circunstancias. Algunos de los entrevistados para esta investigación señalaron, por ejemplo, que durante este periodo ciertos actores políticos de la ciudad llamaban a los dueños y a los directores de los diarios para “comentar” una nota, o para “encargarles” un buen tratamiento de tal o cual tema, de tal o cual actor. El modelo de asignación discrecional de recursos hizo que los gobiernos pudieran “premiar” con publicidad a aquellos medios que fueran dóciles y respetuosos del gobierno y “castigar” a las instituciones críticas.

La dependencia de los periódicos hacia el dinero público se agravó con el paso del tiempo y para 2008, año en el que explotó otra de las crisis económicas mundiales, la publicidad gubernamental no solamente se convirtió en una gran fuente de ingreso para los periódicos, sino su tabla de salvación ante un panorama devastador para la industria periodística global.

La crisis global del periodismo y el adiós a *Ocho Columnas*

En 2008 una nueva crisis económica volvió a sacudir las estructuras capitalistas. En esta ocasión, el epicentro del problema ocurrió en Estados Unidos cuando explotó una burbuja financiera del sector inmobiliario que después afectó a toda la economía de aquel país y del mundo entero. Esta crisis, que ha sido considerada como la más extrema después de la Gran Depresión, tuvo sus orígenes en la crisis anterior, la de 2002, cuando Estados Unidos decidió reducir la tasa de interés para incentivar el desarrollo económico luego de los atentados a las Torres Gemelas. Durante varios años, el gasto promedio estadounidense aumentó y, por el contrario, bajó su capacidad de ahorro. Los bancos comenzaron a dar facilidades para obtener créditos hipotecarios y mucha gente compró casas que excedían su capacidad

de pago. Sin embargo, llegó un punto en que muchas personas dejaron de pagar sus créditos hipotecarios, diversas instituciones financieras se volvieron insolventes y entonces fue cuando se desató una crisis que tuvo repercusiones mundiales (Zurita González, Martínez Pérez y Rodríguez Montoya, 2009). En México, a raíz de la crisis, el PIB y el número de empleados decrecieron y el crecimiento económico se estancó durante los siguientes años.

La industria de periódicos fue una de las más afectadas por la crisis de 2008. En términos coyunturales esta crisis significó la cristalización de un largo proceso de pauperización de los modelos de producción y de negocios de los impresos en el mundo occidental. Al igual que en el pasado, la crisis hizo evidente las contradicciones de seguir generando un producto comunicativo tan caro como los periódicos, en un momento en el cual la televisión por cable, pero especialmente Internet, ya habían tomado un lugar predominante en la dieta mediática de diversos públicos alrededor del mundo. En este contexto, la prensa intentaba seguir vendiendo un producto informativo físico, en un tiempo en el que la información gratuita e inmaterial era cada vez más prevalente. Por si esto fuera poco, la crisis económica no nada más aumentó los insumos para maquilar periódicos, sino que afectó a tres de los grupos de anunciantes más preciados para su modelo de negocios: la banca comercial, el sector automotriz y el sector inmobiliario, industrias que cortaron sus presupuestos publicitarios en tanto salían de sus apuros económicos. La crisis financiera de 2008 marcó el inicio del fin del modelo industrial de producción y financiamiento de periódicos.

En aquel negro año los periódicos estadounidenses *Philadelphia Inquirer*, *Philadelphia Daily News*, *The Star Tribune*, *Chicago Tribune*, *Los Angeles Times* y *Miami Herald* se declararon en bancarrota. Meses más tarde cerraron más de un centenar de rotativas. Durante los años siguientes, periódicos de distintos países corrieron con la misma suerte, o por lo menos vieron seriamente afectadas sus entrañas financieras. En México, la situación no fue tan grave. Sin embargo, la crisis sí tuvo un impacto considerable. Según cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) sistematizadas por Vidal Bonifaz (2008: 132-133), el tiraje y la circulación de los diarios sufrió una caída constante: en 1994 el promedio del tiraje diario de toda la prensa era de 1 090 261 ejemplares y su circulación fue de 909 799; 14 años después, en 2008, el tiraje fue de 824 090 y la circulación de 708 779 periódicos. La reducción en ambos rubros fue de cerca de 200 000 ejemplares, lo que representó una caída de 25%. Por otro lado, en 1994 los periódicos recaudaron 3 658 millones de pesos a través de ganancias obtenidas por concepto de circulación y en 2008 sus ingresos disminuyeron a 2 706 millones: en 14 años perdieron 26% de sus ganancias (952 000 000 de pesos). En cuanto a sus ingresos por publicidad, en 1994 obtuvieron 7 548 000 000 de pesos y en 2008, 6 450 000 000 (p. 135). Desafortunadamente, desde 2008 el INEGI ya no publicó más datos sobre la circulación e ingresos de los periódicos, por lo que es imposible documentar cuantitativamente qué fue lo que pasó después de aquel

año. Sin embargo, cualitativamente hay datos que muestran las dificultades económica de los diarios. En 2008, por ejemplo, Grupo Reforma tuvo que cerrar el diario *La Palabra* en Saltillo y en la capital del país dejó de circular *Diario Monitor*. En Guadalajara *Público-Milenio* despidió a más de 20 periodistas (Ferrer, 2009) y el número de páginas que imprimía al día se vio reducido. Por su parte, *La Jornada Jalisco*, de publicar 20 planas diarias, disminuyó su producción a 12 (Mejía Picón, 2009: 89).

Aunque de causas más complejas que las meramente económicas, en este contexto el 22 de julio de 2011 el *Ocho Columnas* cerró sus rotativas luego 33 años de circulación. Este diario comenzó a operar en la década de los setenta, primero como una gaceta interna de la Universidad Autónoma de Guadalajara (UAG) y después como un diario que se distribuía en toda la ciudad y en municipios de Jalisco, Colima y Nayarit. La fecha oficial de arranque de esta publicación fue el 8 de mayo de 1978 y desde entonces se le consideró como un medio de comunicación al servicio de los intereses de la UAG (Fregoso Peralta y Sánchez Ruiz, 1993).

En sus inicios, *Ocho Columnas* comenzó a imprimir el periódico en una rotativa donada por el coronel García Valseca, quien fuera el primer dueño de la OEM y *El Occidental*. Años más tarde, el periódico compró una infraestructura tecnológica de avanzada y se dice, fue financiada por el gobierno de Estados Unidos, con el objetivo de desarrollar un medio de comunicación que luchara en contra del comunismo (Arredondo Ramírez, 1986: 19). Sin embargo, hasta la fecha no hay documentos que comprueben estas afirmaciones.

Como empresa periodística, *Ocho Columnas* no fue rentable, pues siempre tuvo una circulación baja en el mercado jalisciense. La clave para entender su historia es que fue un medio de comunicación que no estuvo orientado a la generación de ganancias económicas. El principal interés de *Ocho Columnas* fue la reproducción ideológica de un grupo político de ultraderecha que gozó de gran poder en Jalisco y Colima hasta la década de los ochenta (Buendía, 1984). Este grupo, también conocido como los “Tecos”, nació en el seno de la UAG y a lo largo del tiempo fue amasando un gran poder político y económico. Según uno de los editores entrevistados para esta investigación, *Ocho Columnas* fue un grupo que prosperó

con banderas ideológicas y políticas que fueron muy exitosas económicamente antes de la caída del muro de Berlín, particularmente durante la época de la Guerra Fría. [Así], este grupo estuvo asociado con la derecha más recalcitrante, defendía una serie de “ismos” como el franquismo, fascismo, anticomunismo, y otras cosas. Durante esta época, el anticomunismo era un buen negocio, te permitía tener por ejemplo, como patronos y asociados a fundaciones gringas anticomunistas (Comunicación personal).

Gabriel Ibarra Bourjac, quien fuera director de *Ocho Columnas*, en una entrevista radiofónica explicó que este periódico operaba en números rojos, porque así convenía a su dueño. En esta entrevista el ex director recordó que en una comida

con “Don Antonio” Leño, dueño del periódico y líder del grupo político que encabezaba la UAG, le dejó en claro que lo más importante era que *Ocho Columnas* mantuviera sus contenidos e ideología intactos, incluso a pesar de que esto se tradujera en pérdidas económicas para la empresa:

Ocho Columnas ha tenido pérdidas y se ha convertido en una carga para la universidad, pero bueno, habrá que analizar también cuál era la función de *Ocho Columnas* en ese grupo. Yo recuerdo que en una ocasión [me pidieron que] le [explicara] a Don Antonio cómo estaba el proyecto ideado para que *Ocho Columnas* fuera autosuficiente y ganara más lectores. Y yo no tenía más de tres minutos explicando, cuando Don Antonio, con su personalidad recia, de repente me interrumpe y me dice: “por ningún motivo voy a permitir que *Ocho Columnas* usted me lo cambie, el periódico es de la universidad, ni usted ni nadie me lo va a cambiar”. “Oiga Don Antonio, pero puede ser autosuficiente” [respondió Ibarra]. “No me interesa que tenga números negros, si se requiere meterle 500 mil pesos, un millón, dos millones al mes yo lo meto de mi bolsa pero ni usted ni nadie me lo va a cambiar” (conciencialaire, 2011).

No obstante de su falta de prosperidad económica, los problemas más fuertes para *Ocho Columnas* llegaron el 3 de junio de 2010 cuando murió Antonio Leño Álvarez del Castillo, el patriarca tecolote, quien fuera caracterizado como “el último Don de Jalisco” (conciencialaire, 2011). Leño dejó tras de sí a una familia con opiniones divididas respecto a cuál debería ser el camino a seguir en la administración de la universidad, así como en sus otros negocios privados. Aunque no existe información pública que documente el caso, al parecer, una visión mucho más empresarial y pragmática comenzó a permear en la administración familiar y poco a poco dejaron las viejas ideologías del grupo Tecos, y se han concentrado en sanear las finanzas de los negocios. En este escenario, y con el telón de fondo de la recesión mundial que comenzó en 2008, es plausible explicar que la familia Leño haya dejado de interesarle financiar un medio de comunicación que operaba en números rojos y que poca influencia política tenía al final de su existencia. En días posteriores al cierre del periódico, algunos ex trabajadores señalaron que la situación económica de la empresa en los últimos años era insostenible, pues habían tenido considerables pérdidas económicas (*El Respetable*, 2011).

En la edición número 12 498 de *Ocho Columnas*, que fue la última luego de 32 años de trabajo, apareció el siguiente texto de despedida:

¡Gracias, hasta luego! A toda la comunidad jalisciense y del occidente de México. Durante 32 años, el diario *Ocho Columnas* ha dedicado su existencia a servir a la comunidad, ofreciendo información de calidad, veraz, ética y oportuna, con el único propósito de mantener bien informados a nuestros lectores. Hemos logrado posicionarnos como un medio importante en el Occidente del país siendo pioneros en la distribución dentro de las comunidades más alejadas de nuestro estado y estados vecinos, logrando reco-

nocimiento de talla internacional por nuestros contenidos. En estos momentos, estamos inmersos en una etapa de reconstrucción y por este motivo nuestro diario dejará de circular por un tiempo, a partir de hoy. Agradecemos su preferencia, las atenciones al leer nuestra publicación y esperamos que a nuestro regreso nos podamos encontrar nuevamente en esta misión de informar y ser informados de forma profesional, veraz y oportuna. Atentamente, *Ocho Columnas*. El último. Julio de 2011.

El Informador: el periódico que trascendió todas las coyunturas

Cuando el *Ocho Columnas* dejó de circular, *El Informador* se convirtió en el único periódico generalista de capital local en Guadalajara. El resto de los diarios estaban respaldados por capitales de Monterrey y la Ciudad de México. Además, *El Informador* era el único que se producía mayoritariamente en la ciudad, al contrario del resto, que *espacializaron* la producción periodística en múltiples redacciones a lo largo del país. Durante el periodo de estudio de esta investigación (1991-2011), *El Informador* sobrevivió tres crisis financieras mundiales (1994, 2002 y 2008), la transformación de las audiencias en Guadalajara y la transición partidista. En este tiempo vio cerrar las rotativas de *El Diario de Jalisco*, *El Jalisciense*, *Siglo 21*, *Público* y *Ocho Columnas* –después vería el fin de otros como *La Jornada Jalisco*– y tuvo que competir con grupos del calibre de la OEM, Reforma y Milenio. Sin embargo, dentro de la trayectoria de este periódico, dicha historia no es nueva: según Carlos Álvarez del Castillo Gregory, director del diario al momento de escribir este texto, *El Informador* ha competido con más de 80 publicaciones locales, las cuales en su mayoría han pasado a mejor vida (Rico Tavera, 1999: 73). La solidez empresarial y periodística de este diario está relacionada, entre otras cosas, con su longevidad, la cual ha devenido en la consolidación de un buen mercado de anunciantes y lectores, y en el desarrollo de una experiencia transmitida a lo largo de las tres generaciones que han administrado el proyecto. Esta relación entre el desarrollo de una empresa periodística y su longevidad no es casual, y por el contrario, investigadores han observado y documentado que entre más años de existencia tiene un periódico, más posibilidades tiene de seguir sobreviviendo (Van Kranenburg y Hogenbirk, 2006: 339).

Al igual que otros periódicos tapatíos, *El Informador* comenzó como un proyecto de varios ciudadanos quienes tenían en mente echar a andar un diario que pudiera ofrecer información en un contexto en el que se estaban desarrollando procesos tan relevantes como la Revolución Mexicana y la Primera Guerra Mundial. Jesús Álvarez del Castillo, fundador del periódico, se asoció con otros inversionistas, entre quienes destacaban comerciantes e industriales de la colonia Francesa tapatía, como los *barcelonettes* Ernesto Javelly, Mariano Favier y Enrique Teissier, así como Eugenio Pinzón, gerente de la Compañía Hidroeléctrica de Chapala (Masini Aguilera, 2014: 179). Para poder imprimir el periódico, Álvarez del Castillo compró la prensa y dos linotipos de un antiguo periódico llamado *La Gaceta de Guadalajara*, el cual es considerado por la historiadora Celia Del Palacio (1998)

como el primer diario de producción industrial en el occidente de México. El primer director de *El Informador* fue Juan Puga y en aquel entonces el domicilio de este periódico estaba ubicado en el número 17 de la calle 14 del sector Hidalgo. Fue así que *El Informador* comenzó a circular el 5 de octubre de 1917, justo un año después que *El Universal* (1916) y a la par que otros diarios que al momento de escribir este texto seguían en circulación como *Excélsior* (1917), *El Porvenir* (1919), *El Sol* en Monterrey (1922), *El Siglo de Torreón* (1922), *El Diario de Yucatán* (1925) o *El Imparcial* en Hermosillo (1937) (Vidal Bonifaz, 2008).

Cuando la Primera Guerra Mundial concluyó, los inversionistas de ascendencia francesa desistieron del proyecto y Jesús Álvarez del Castillo compró todas las acciones de *El Informador*. A partir de 1919 el periódico se convirtió en una empresa familiar de los Álvarez del Castillo. Esta familia jalisciense, y de larga tradición, ha tenido lazos muy estrechos con las clases dominantes de la vida política y económica del estado. A finales del siglo XIX los Álvarez del Castillo hicieron una fortuna al vender los terrenos que ahora pertenecen al parque Agua Azul. Esta transacción aseguró parte de su prosperidad. Después, a lo largo del siglo XX, la familia cobró relevancia por poseer el periódico más influyente de la ciudad, el cual fue dirigido por tres generaciones de Álvarez del Castillo, comenzando por Jesús, el fundador, seguido de Jorge, su hijo, y finalmente por Carlos, su nieto. El fundador de *El Informador* nació el 16 de agosto de 1881, fue regidor del Ayuntamiento de Guadalajara entre 1917 y 1918, y buscó una senaduría durante el interinato de Adolfo De la Huerta pero no la consiguió (Fregoso Peralta y Sánchez Ruiz, 1993: 26). Luego de estas incursiones en la política decidió dedicarse completamente a su empresa periodística. Además, la familia también tuvo una importante presencia en el campo político, con figuras como Luis Álvarez del Castillo, quien fuera presidente municipal de Guadalajara de 1939 a 1940 y Enrique Álvarez del Castillo, gobernador de Jalisco de 1983 a 1988 y procurador general de la República durante la administración del presidente Carlos Salinas de Gortari.

Durante sus primeras dos décadas de circulación, el periódico comenzó a prosperar y prevaleció frente a otras publicaciones periódicas. Sin embargo, a finales de la década de los treinta, *El Informador* tuvo un problema político que devino en una huelga de sus trabajadores, la cual provocó que el periódico se declarara en quiebra y cerrara sus rotativas entre 1937 y 1938. Esto ocurrió en tiempos del gobernador Everardo Topete y al parecer, el motivo fue que *El Informador* develó los detalles de una negociación del Congreso local, para solicitar un préstamo de altos intereses bancarios (Fregoso Peralta y Sánchez Ruiz, 1993: 32). Con ayuda de sus empleados y con el apoyo de la Asociación de Editores de los Estados, *El Informador* pudo volver a editarse y comenzó a circular en diciembre de 1938. A partir de entonces, la línea editorial del periódico continuó con su estilo conservador, pero viró hacia una postura oficialista, tal como lo explica uno de los entrevistados para esta investigación:

El Informador ha tenido el epíteto de “Diario Independiente”, eso significa que no son del gobierno, pero tampoco tienen una postura crítica hacia él. Es un medio que intenta llevar bien la fiesta con el aparato de gobierno. Para ellos era un hecho que no había que meterse con la Virgen de Guadalupe, ni con el Presidente de la República ni con el Ejército (Comunicación personal).

Muchos años después, en 1966, al morir Jesús Álvarez del Castillo, ocurrió el primer relevo generacional en la empresa y en su lugar quedó Jorge Álvarez del Castillo Zuloaga, quien logró la consolidación del periódico en Guadalajara. Este empresario, fallecido en 2005, fue un ciudadano reconocido en la localidad, a quien el Congreso del Estado de Jalisco le otorgó la condecoración “Ramón Corona” en 1992 y en ese mismo año el Concejo Municipal de Guadalajara nombró una importante vialidad como “Avenida Circunvalación Jorge Álvarez del Castillo”. Del periodo del hijo del fundador, que va de 1966 a 1994, destaca la habilidad que tuvo para lograr que *El Informador* se hiciera de un control, cuasi monopolístico, de los procesos de distribución de los periódicos de Guadalajara a través de la construcción de relaciones con los voceadores, pero particularmente porque logró que el mayor centro de distribución de periódicos de toda la ciudad se ubicara a unas cuadras de sus instalaciones, en el cruce de las calles de Pino Suárez y Molina. El otro centro de distribución importante se ubicó afuera de las instalaciones de *El Occidental*, entre las calles Héroes y Prisciliano Sánchez. En estos dos puntos, que estaban ubicados a tiro de piedra de las instalaciones de *El Informador*, se concentraba 80% de la distribución de todos los periódicos de la ciudad en la década de los ochenta, según constan documentos del archivo del periódico *Siglo 21*.

Durante este periodo *El Informador* se convirtió en un medio de comunicación que supo comercializar sus páginas a través de la venta publicitaria de anuncios y de avisos de ocasión, tal como lo han mostrado diversos estudios morfológicos en los que se ha medido la predominancia publicitaria de este medio informativo (Arredondo Ramírez *et al.*, 1990; Fregoso Peralta y Sánchez Ruiz, 1993: 36; González González, 1990: 79-80). Desde los primeros años de circulación de *El Informador*, los anuncios clasificados fueron una parte importante de su modelo de negocios. A través de los anuncios clasificados, micro empresarios, comerciantes y ciudadanos promocionaron bienes y servicios de la más variada índole, como la venta o renta de bienes inmuebles o terrenos, noticias sobre empleos o capacitaciones, venta de objetos usados o de segunda mano, venta e intercambio de automóviles entre muchas otras cosas más. Estos anuncios son pequeños mensajes que no tienen un precio muy elevado y que casi cualquier ciudadano puede pagar. No obstante, el conjunto de estos anuncios llega a generar miles de páginas de publicidad por año para el periódico. Según declaraciones de Ricardo Braniff, directivo de *El Informador*, “el Aviso de Ocasión Clasificado, que inició el 5 de octubre de 1917, recauda más recursos que la demás publicidad del diario, debido al éxito de ahorrar al cliente tiempo y recursos” (Alatrieste, 2004).

En 1994 ocurrió el segundo relevo generacional, cuando Carlos Álvarez del Castillo Gregory, hijo de Jorge Álvarez del Castillo y nieto de Jesús Álvarez del Castillo, asumió el mando de la empresa. Entre sus primeras innovaciones, Carlos firmó una alianza con el diario de la Ciudad de México, *El Economista*, a través del cual fortaleció los contenidos editoriales de finanzas y economía. En los años siguientes, ante el anuncio de los nuevos competidores nortños, el empresario se decidió a generar una renovación tecnológica del periódico, que llevó a *El Informador* a imprimir sus ejemplares a color y con una mayor calidad. Hacia el final de los noventa y principios del nuevo milenio, Álvarez del Castillo Gregory puso especial interés en el desarrollo de la página de Internet del periódico y en la transformación de la redacción en tiempos de convergencia digital.

Conclusiones: el ocaso de la prensa industrial

Los enfoques histórico estructural y de análisis de coyuntura permiten entender cómo es que una industria tan importante para la vida democrática en el mundo occidental, la del periodismo industrial, vivió en un constante periodo de transformación a finales del siglo xx y principios del xxi. El enfoque histórico estructural, a través de la diferenciación que propone de las escalas sociales, me permitió observar cómo es que un sistema de comunicación estuvo en constante mutación a partir de sus prácticas e instituciones, pero también influido, y en algunos casos determinado, por procesos nacionales (meso) y globales (macro). El reto, entonces, está en investigar las prácticas e instituciones comunicativas locales y al mismo tiempo ofrecer claves para pensar la comunicación en escalas de país y mundo.

Desde una perspectiva económica local, la historia presentada en este artículo explica algunas de las regularidades más importantes del sistema de periódicos en Guadalajara. En general, este sistema ha sido dominado por *El Informador*, un diario que nació a principios del siglo xx y que ha sabido sobrevivir a los cambios políticos, económicos y culturales de distintas épocas. A la par de *El Informador*, el sistema fue poblado por diarios como *El Occidental*, *Ocho Columnas*, *Siglo 21*, *Público*, *Mural* y más. Esto habla de un sistema distinto, por ejemplo, al modelo local de periodismo que predominó en Estados Unidos durante el siglo xx, donde una ciudad tenía uno, o en el mejor de los casos dos diarios generalistas locales. Sin embargo, esta pluralidad siempre estuvo a la sombra de *El Informador*, que aunque no fue un periódico depredador, sí fue un jugador que en algunos momentos tuvo más de 50% del mercado de anunciantes públicos, privados, así como de lectores. La estabilidad y dominancia de *El Informador* ha estado basada, entre otras cosas, en el mantenimiento de buenas relaciones con los gobiernos en turno. Este periódico se distinguió por ser poco crítico de los poderes públicos y su trabajo se puede caracterizar más como un megáfono del gobierno, que el de una empresa informativa que produce mediaciones críticas entre gobernantes y gobernados.

En términos de estructura de propiedad, el sistema de comunicación estuvo integrado exclusivamente por periódicos familiares y que, durante las dos décadas

de estudio, pasó de ser una industria respaldada por capitales familiares locales, a una en donde las inversiones eran de empresarios de Monterrey y la Ciudad de México. Este rasgo, sin duda, expresa el anacronismo de un sistema de comunicación que no tuvo lugar para empresas sociales, comunitarias, o incluso, democráticas. El modelo de negocios de las empresas de comunicación locales, los modelos de relación de la prensa y el poder, el desinterés de la clase empresarial y sociedad civil tapatía por desarrollar medios de comunicación, así como por los factores económicos externos explicados en el cuerpo de este artículo, favorecieron las estructuras de propiedad familiar. El problema con estas estructuras es que los medios de comunicación tienden a ser utilizados para favorecer los intereses privados de ciertas élites sociales, en detrimento de un periodismo mucho más crítico del *status quo*. Además, al no tener órganos colegiados, democráticos y transparentes para la toma de decisiones, la estructura familiar facilita el manejo discrecional de la línea editorial de un medio de comunicación.

Otra de las peculiaridades del caso Guadalajara es el bajo número de lectores de la prensa. Según los datos que se pueden recabar en diversas encuestas, así como a través de testimonios de periodistas y directivos de medios, la circulación de los diarios entre 1991 y 2011 varió poco, y osciló intermitentemente entre los 80 000 y 190 000 lectores diarios. Sin embargo, el número de habitantes de la ciudad sí varió considerablemente, pues fue de 3 000 000 en 1990 a 4 500 000 en 2010 (Larrosa-Fuentes, 2014a: 52). Esto quiere decir que hacia el final del periodo de estudio había menos lectores de diarios por habitante y que un poco más de 4% de la población compraba el producto elaborado por esta industria periodística. A pesar de que los periódicos se conocen como “medios de comunicación masiva”, en el caso de Guadalajara fueron medios que desarrollaron un producto dirigido a una pequeña fracción de la población de esta ciudad. Más allá del aparente desinterés de los tapatíos por leer periódicos –y digo “aparente” porque hay pocas investigaciones que expliquen el porqué de esta situación– y del fracaso por la construcción de un mercado de lectores más robusto por parte de las empresas periodísticas, lo cierto es que esta situación operó en detrimento de la economía de los diarios. La inversión en un periódico se considera de alto riesgo, pues según los especialistas, el tiempo de retorno de la inversión inicial es mucho más que el de la mayoría de otros emprendimientos financieros. Además de esta característica general, para apostar en un periódico en Guadalajara, los inversionistas tuvieron que competir con *El Informador*, un jugador dominante, y competir por un mercado de lectores muy reducido. Desde esta perspectiva resultan sorprendentes y encomiables los esfuerzos de quienes pusieron a circular *Siglo 21*, *Público* y *La Jornada Jalisco*.

La historia de los periódicos de Guadalajara también aporta al entendimiento de los sistemas de comunicación y el periodismo en el nivel nacional. Para México, la transición de partidos en el poder supuso un avance muy importante en la vida política de un país que desde entonces ha querido concluir con éxito una transición democrática que transforme cualitativamente la distribución de las riquezas, así

como el balance en el ejercicio del poder. El arribo del PAN al gobierno en distintos estados de la República se vio coronada cuando Vicente Fox triunfó en las elecciones presidenciales del año 2000, lo cual supuso el fin de más de 70 años de gobiernos priístas. En cierto sentido, el caso de Jalisco fue una muestra de lo que estaba por ocurrir en el nivel federal, en términos de la relación de la prensa y el poder. En Jalisco, la sociedad cambió primero que el gobierno y esto puede observarse claramente en la coyuntura de las explosiones del 22 de abril. En aquel momento, los ciudadanos no solamente se organizaron ante la catástrofe urbana, sino que además buscaron y apoyaron medios de comunicación que ofrecían información independiente, como en su momento lo hizo *Siglo 21*. Esta transformación social, hizo inevitable que cuatro años después, en las elecciones a gobernador, el PRI fuera echado del gobierno del estado.

Cuando el PAN tomó las riendas del poder, hubo una modificación en las relaciones con la prensa: se permitió una mayor libertad de expresión, se impulsaron leyes de transparencia, y se cortaron una buena parte de los flujos del dinero público para financiar a los medios de comunicación. Sin embargo, el PAN no pudo o no quiso, proponer un nuevo modelo de relación con la prensa, a partir de un plan público, transparente, democrático e institucional. Al paso del tiempo, cuando la prensa fue crítica de los gobiernos panistas, éstos buscaron reactivar los viejos modelos de control sobre los medios de comunicación y fue entonces cuando volvió a desatarse un traslado de recursos públicos de los distintos órdenes de gobierno a las empresas informativas, lo cual, a su vez, tuvo el efecto de debilitar los proyectos periodísticos críticos del poder. Esta historia local, con sus matices, ha tenido un correlato en el nivel nacional y organizaciones como Artículo 19 y Fundar han documentado cómo es que desde principios del siglo XXI ha habido un incremento exponencial en el financiamiento público y discrecional de los medios de comunicación en México (Ruelas Serna y Dupy, 2013). La historia de Guadalajara ofrece detalles que pueden ayudar a complejizar el entendimiento de un sistema de comunicación nacional atrofiado por prácticas de subordinación, colusión y corrupción entre instituciones políticas e informativas. Aquí, como es evidente, encontramos una “zona de articulación” entre las dimensiones política y económica, y los niveles local y nacional.

Por otro lado, la historia aquí presentada también ofrece información y análisis sobre otro proceso de nivel nacional y que fue la “nacionalización” de los medios locales o, dicho de otra forma, la concentración y centralización de la comunicación en México. La “guerra de los cabritos” fue parte central de este proceso. La expansión de los capitales regiomontanos en 1998 es un ejemplo claro de cómo las empresas de comunicación echan a andar ese proceso contradictorio en el que a través de la expansión territorial, logran una concentración de sus recursos que a la postre hacen que su negocio se vuelva más poderoso económicamente. Así nació el triángulo de oro y el desarrollo de producciones periodísticas desterritorializadas. Al igual que las ciudades mexicanas se llenaron de Seven Elevens y Oxxos,

negocios que desterraron a las “tienditas” de abarrotes de la esquina, los grupos nacionales concentraron sus recursos para dominar nacionalmente la industria periodística.

Estos procesos de concentración detonaron procesos positivos. Por ejemplo, Guadalajara pudo mantener una oferta diversa de periódicos –con todo y los matices anteriormente planteados–. Además, esta concentración permitió que en la ciudad se instalaran nuevas escuelas y culturas periodísticas. En particular, Grupo Reforma trajo consigo todo un sistema de reglas pragmáticas y simbólicas ancladas al periodismo estadounidense. Este nuevo grupo de periodistas, con nuevos valores, tuvo que convivir con escuelas periodísticas emanadas de una cultura oficialista y autoritaria, como el caso de *El Informador* y *El Occidental*, así como con la escuela impulsada por *Siglo 21*, la cual tuvo sus raíces en periódicos europeos como *El País* y de naciones de América del Sur como Colombia y Argentina.

Sin embargo, la nacionalización del sistema de comunicación también tuvo efectos negativos. Los grupos empresariales pudieron hacer periódicos locales con más recursos tecnológicos y menos humanos. Esto significó que los diarios requirieron menos reporteros y editores pues sus grupos funcionaron como una gran redacción distribuida en múltiples ciudades del país. Aunque no existe un censo local de periodistas, fue evidente que en las dos décadas de estudio los periódicos contaron con menos trabajadores. En el proceso de hacer más periódicos con menos recursos, las empresas de comunicación buscaron las formas de reducir los salarios y prestaciones laborales de los periodistas y de buscar modelos de subcontratación, lo que ocasionó una pauperización de los derechos de los periodistas, el decrecimiento en la vida laboral de los reporteros, y una alta rotación de personal en las redacciones. En términos sistémicos esto fue negativo, pues la ciudad contó con menos periodistas y los periodistas en activo tuvieron menos experiencia y laboraron en condiciones de alta precariedad. En términos de contenidos, los periódicos tendieron a ofrecer menos información producida localmente. A los columnistas locales se les dejó de pagar por sus textos y las unidades de investigación periodística cerraron.

En el plano global, este trabajo de investigación evidencia cómo una industria local fue afectada por factores externos como las crisis de 1994, 2002 y 2008. El “efecto tequila” encareció las materias primas para producir y distribuir los diarios. De un día a otro fue mucho más caro generar el producto de un medio de comunicación, ya que una parte importante de su negocio estaba basado en la distribución de objetos físicos entre sus consumidores. Ocho años más tarde, la crisis que se produjo luego de los atentados a las Torres Gemelas, atacó otra de las líneas de flotación de los periódicos y se llevó consigo la inversión publicitaria de las empresas más importantes en el modelo de financiamiento de la prensa: los sectores bancario, inmobiliario y automotriz. Finalmente, la crisis de 2008 generó una implosión en la industria informativa y evidenció las debilidades del modelo de producción y negocios de la prensa industrial.

En conjunto, estas crisis económicas, las cuales pudieron observarse claramente en el caso Guadalajara, ilustran el ocaso de la prensa industrial y la transición hacia un modelo postindustrial (Anderson, Bell y Shirky, 2012; Larrosa-Fuentes, 2014b). En términos de producción, las empresas informativas vivieron una contracción económica. Las redacciones, como espacios físicos, se redujeron. A diferencia de los diarios industriales en donde todo se producía en un mismo espacio, los periódicos locales desterritorializaron su producción. El ciclo productivo cambió y de tener un esquema de generación de un nuevo producto cada 24 horas, la llegada de Internet hizo que muchos de los periódicos entraran a un ritmo de producción sin principio ni fin, de 24 horas al día y 7 días a la semana. La elaboración de objetos que transportan información se volvió anacrónico en un mundo donde la cultura informativa inmaterial y gratuita se expande rápidamente. Por último, estas crisis mostraron que las audiencias poco a poco se han ido trasladando a otras fuentes informativas, especialmente en la televisión por cable e Internet. Esto hizo que los periódicos tuvieran que buscar audiencias muy específicas, muy al contrario de la audiencia generalista y “masiva” que compró sus mercancías durante el siglo XX.

Por último, vale la pena hacer una breve reflexión desde un plano normativo. La prensa, como una tecnología que produce y distribuye periódicos físicos, es una industria que paulatinamente ha perdido su potencia política y económica. Aunque no es imposible, es muy poco probable que los periódicos, como tal, vuelvan a tener la influencia que llegaron a amasar durante el siglo XX. El presente y el futuro de la comunicación está en el mundo digital. En este sentido, la historia de la prensa de Guadalajara debe servir para pensar en lo que viene. Estamos en plena construcción de nuevos sistemas de comunicación. Por ello, en México debemos poner especial interés en pensar cómo construir sistemas de comunicación independientes y autónomos de los poderes públicos. Esto pasa por aceptar que “el mercado” ha mostrado ser insuficiente para financiar a empresas privadas que ofrecen servicios públicos y también por admitir que el Estado tampoco puede hacerse cargo unilateralmente de estos procesos. Desde ese punto de vista la historia de la prensa debe servir para crear los futuros sistemas de comunicación política, los cuales aporten en la tan anhelada democratización de la vida pública en México.

Bibliografía

- Aceves González, F. (1996). Prensa y elecciones. Patrones de exposición y consumo de la información política de la prensa escrita por los habitantes de Guadalajara, durante el proceso electoral de 1994. *Comunicación y Sociedad* (25), 139-174.
- Agren, D. (2007, 7 de mayo). Siglo 21: Guadalajara's original muckrakers. Recuperado el 4 de julio de 2017, de <http://agren.blogspot.com/2007/05/siglo-21-guadalajaras-original.html>
- Alatrieste. (2004). Todo cabe en un clasificado. *Día Siete*. Guanajuato, México.
- Alba Vega, C. (1988). *Los empresarios y la industria de Guadalajara*. Guadalajara, México: Colegio de Jalisco.

- Alba Vega, C. (2008). De la industria tradicional a la industria electrónica. En M. I. Saldaña Villarreal, C. Palomar Verea y D. Petersen Farah (Eds.), *Guadalajara en tres tiempos: Guadalajara hoy* (pp. 7-33). Guadalajara, México: Grupo Editorial Milenio.
- Alonso, J. (1993). *El rito electoral en Jalisco (1940-1992)*. Guadalajara, México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Alonso, J. (2001). *Identidades, acciones colectivas y movimientos sociales*. Guadalajara, México: El Colegio de Jalisco.
- Anderson, C. W., Bell, E. y Shirky, C. (2012). *Post-industrial journalism: Adapting to the present* (p. 122). Nueva York, Estados Unidos: Columbia Journalism School. Recuperado el 4 de julio de 2017, de http://towcenter.org/wp-content/uploads/2012/11/TOWCenter-Post-Industrial_Journalism.pdf
- Arredondo Ramírez, P. (1986). *Los medios de comunicación en Jalisco*. Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.
- Arredondo Ramírez, P., Fregoso Peralta, G., Gómez Rodríguez, G., Martínez, E. y Méndez, E. (1990). *La prensa en México: un estudio morfológico a ocho diarios mexicanos*. Guadalajara, México: Archivo Siglo 21.
- Blas Alvarado, P. (2012). 2013: un año marcado por despidos en diversos periódicos de Guadalajara. En M. M. S. Paláu Cardona (Ed.), *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2013* (pp. 157-171). Guadalajara, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente-Departamento de Estudios Socioculturales.
- Buendía, M. (1984). *La ultraderecha en México*. México: Ediciones Océano.
- Carreño Carlón, J. (2000). Cien años de subordinación: un modelo histórico de la relación entre la prensa y poder en México en el siglo XX. *Sala de Prensa*, 2 (16). Recuperado el 4 de julio de 2017, de <http://www.saladeprensa.org/art102.htm>
- Christians, C. G. y Carey, J. W. (1989). The logic and aims of qualitative research. En G. H. Stemmel y B. H. Westley (Eds.), *Research methods in mass communication* (pp. 354-374). Englewood Cliffs, Estados Unidos: Prentice Hall.
- Cobián, F. (1992, 9 de mayo). Habla el director de "Siglo 21", el diario propiedad del primo de Dau. *Proceso*, (810), 25. Recuperado de <http://www.proceso.com.mx/159308/habla-el-director-de-siglo-21-el-diario-propiedad-del-primo-de-dau>
- conciencialaire. (2011, 24 de mayo). El problema del periódico 8 Columnas de Guadalajara comentado por el periodista Gabriel Ibarra y el politólogo Vicente Viveros 110523 [video de programa radiofónico]. Youtube. Recuperado el 28 de julio de 2017, de <https://www.youtube.com/watch?v=dulUc6WNM0I>
- De Dios Corona, S. (1998a). Los gobiernos panistas y la prensa en Jalisco 1995-1997. En R. Gallardo Gómez, S. De Dios Corona, M. Marván Laborde, J. Osorio Goicoechea, J. Regalado Santillán y E. Valencia Lomelí (Eds.), *Jalisco: tres años de alternancia* (pp. 83-96). México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente/Universidad de Guadalajara.
- De Dios Corona, S. (1998b). Los medios informativos de Jalisco. Actualidad y perspectivas al comenzar el tercer milenio. Manuscrito no publicado. Guadalajara, Jalisco.
- Del Palacio Montiel, C. (1998). La Gaceta de Guadalajara (1902-1914), el primer periódico industrial de Occidente. *Renglones* (15), 24-29.
- Demers, F. (2000). *Aléna, démocratisation du Mexique et journalisme fonctionnel le cas du quotidien Siglo 21 de Guadalajara, 1991-1998*. Quebec, Canadá: Université Laval.
- El Informador*. (1995, 20 de abril). Dos matutinos locales, entre los subsidiados por el municipio (pp. 1B, 3B). Guadalajara, México.

- El Respetable*. (2011, 11 de junio). Finiquitan a personal de *Ocho Columnas*. Guadalajara, México.
- Falcón, M. (2009, 24 de marzo). Entrevista con Diego Petersen. *El Acordeón*. Guadalajara: Radio Universidad de Guadalajara.
- Fernández Cid, F. (1983, 1 de noviembre). Mario Vázquez Raña. *El País*. Recuperado el 4 de julio de 2017, de https://elpais.com/diario/1983/11/01/ultima/436489206_850215.html
- Fernández, F. (1997, 1 de noviembre). Público. Los buenos divorcios. *Expansión* (728), 64-72.
- Ferrer, M. (2009, 13 de marzo). La crisis alcanzó a los amigos. *La Jornada Jalisco*. Guadalajara, México.
- Flores, G. (2008). El Sistema Jalisciense de Radio y Televisión: unión de la radio pública y televisión. Tesis de licenciatura no publicada. Universidad del Valle de Atemajac, Guadalajara, México.
- Fregoso Peralta, G. (1992). La prensa de Guadalajara: cuatro versiones de una tragedia. *Comunicación y Sociedad* (16-17), 155-194.
- Fregoso Peralta, G. y Sánchez Ruiz, E. (1993). *Prensa y poder en Guadalajara*. Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.
- Gobierno del Estado de Jalisco. (2001). Libro del Quinquenio 1995-1999. *Enciclopedia temática de Jalisco* (Volumen IV). Guadalajara, México: Gobierno del Estado de Jalisco.
- Gómez Naredo, J. (2012). *Con mil heridas llegó: el 22 de abril de 1992*. Guadalajara, México: La Casa del Mago.
- González González, G. A. (1990). Análisis descriptivo de la publicidad en la prensa de Guadalajara. Tesis de licenciatura no publicada. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Guadalajara, México.
- González-Borjas, A. (2000). El fenómeno de la “edición” y la prensa local. *Ámbitos* (4), 87-100.
- Graham, P. (2006). Issues in political economy. En A. B. Albarran, S. M. Chan-Olmsted y M. O. Wirth (Eds.), *Handbook of media management and economics* (pp. 493-519). New Jersey, Estados Unidos: L. Erlbaum Associates.
- Granados Chapa, M. A. (2000, 4 de octubre). Mario Vázquez Raña. *Reforma*. México.
- Grupo Reforma. (2017). ¿Quiénes somos? [Página web corporativa]. Recuperado el 28 de julio de 2017, de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:CzCeloWRTlkJ;gruporeforma.reforma.com/quienessomos/reforma/+&cd=1&hl=en&ct=clnk&gl=us&client=safari>
- Hernández Ramírez, M. E. (2010). Franquicias periodísticas y sinergias productivas en la prensa mexicana: en busca de nuevos modelos de financiamiento. En M. E. Hernández Ramírez (Ed.), *Estudios sobre periodismo: marcos de interpretación para el contexto mexicano* (pp. 55-121). Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.
- Hughes, S. (2009). *Redacciones en conflicto: el periodismo y la democratización en México*. Guadalajara, México: Miguel Ángel Porrúa/Universidad de Guadalajara.
- Jhally, S. (2012). Stuart Hall Interviewed By Sut Jhally [video de entrevista]. Youtube. Recuperado el 28 de julio de 2017, de <https://vimeo.com/53879491>
- La Jornada*. (2015, 15 de diciembre). Sobre *La Jornada Michoacán* y *La Jornada Jalisco*. Recuperado el 28 de julio de 2017, de <http://www.jornada.unam.mx/2015/12/15/politica/013n1pol>
- Larrosa-Fuentes, J. S. (2012). Historia, estructura, producción y financiamiento de la prensa generalista de Guadalajara (1990-2010). Tesis de maestría no publicada. Universidad de Guadalajara, México.
- Larrosa-Fuentes, J. S. (2014a). Estructura de la prensa generalista en Guadalajara (1990-

- 2010). En F. Aceves González y F. Hernández (Eds.), *Abordajes emergentes al estudio de la comunicación* (pp. 41-70). Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.
- Larrosa-Fuentes, J. S. (2014b). Transformaciones en la economía política de las empresas periodísticas: periódicos artesanales, industriales y post-industriales. En R. Orozco Murillo (Ed.), *Retos y oportunidades del periodismo digital* (pp. 71-86). Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.
- Larrosa-Fuentes, J. S. (2016a). Spatializing merchandizing departments and newsrooms: Economic changes in newspapers Value Chain. Presentado en 18th Annual Research Forum, Philadelphia: Temple University.
- Larrosa-Fuentes, J. S. (2016b). Tres coyunturas que modificaron la estructura de propiedad de la prensa y la televisión durante los gobiernos panistas en Jalisco. En J. S. Larrosa-Fuentes y J. E. Rocha Quintero (Eds.), *18 años de gobiernos panistas en Jalisco: siete ensayos académicos* (pp. 91-102). Tlaquepaque, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Larrosa-Fuentes, J. S. (2018). Narrativas periodísticas y memoria colectiva de una catástrofe urbana: el caso de las explosiones del 22 de abril en la prensa de Guadalajara. *Comunicación y Sociedad*, 1 (31), 123-145. Recuperado a partir de <http://www.comunicacionsociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/6872>
- Larrosa-Fuentes, J. S. y Rocha Quintero, J. E. (Eds.). (2016). *18 años de gobiernos panistas en Jalisco: siete ensayos académicos*. Tlaquepaque, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Lawson, C. (2002). *Building the fourth Estate: Democratization and the rise of a free press in Mexico*. California, Estados Unidos: University of California.
- Lomelí, L. (2001). *El sentido del voto: electores, votos y sistema de partidos en Jalisco*. Tlaquepaque, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Luna Cortés, C. E. (1992). ¿Emergencia de un nuevo modelo de comunicación? *Renglones* (23), 53-54.
- Macías Huerta, M. del C. (2005). Desarrollo del comercio en la Zona Metropolitana de Guadalajara: 1910-2000. *Sincronía*, (35). Recuperado el 28 de julio de 2017, de <http://sincronia.cucsh.udg.mx/maciashuertaa05.htm>
- Martín del Campo Ramírez, M. de la L. (2008). La prensa en Guadalajara de 1917 a 1940. Tesis de licenciatura no publicada. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Guadalajara.
- Martínez Portillo, D. (1999). El comunicador profesional en el periodismo escrito de Guadalajara. Reporte de experiencia profesional. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Guadalajara, México.
- Masini Aguilera, B. (2014). Sonaba el limoncito. Álvaro Obregón y la prensa en el marco de su reelección y su asesinato (1927-28): los casos de *El Universal* y *El Informador*. Tesis de doctorado no publicada. Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, México.
- Masini Aguilera, B. (2016). Disposiciones pendulares: el PAN y la transparencia en Jalisco. En J. S. Larrosa-Fuentes y J. E. Rocha Quintero (Eds.), *18 años de gobiernos panistas en Jalisco: siete ensayos académicos* (pp. 59-70). Tlaquepaque, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- McChesney, R. W. y Schiller, D. (2003). *The political economy of international communications: Foundation for the emerging global debate about media ownership and regulation*. Ginebra, Suiza: Organización de las Naciones Unidas-Instituto de Investigación de las Naciones Unidas para el Desarrollo Social.

- Mejía Picón, D. (2009). La crisis en los medios impresos: ¿el principio del fin? En J. S. Larrosa-Fuentes (Ed.), *Medios de comunicación y libertad de expresión en Jalisco, 2009* (pp. 83-94). Guadalajara, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente-Quid ITESO.
- Mejía Picón, D. (2011). "La cultura no vende". Los suplementos culturales en Guadalajara. En J. S. Larrosa-Fuentes (Ed.), *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2010* (pp. 109-120). Guadalajara, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente-Departamento de Estudios Socioculturales.
- Melgoza, A. y Sánchez Barbosa, L. (2016). El fin de siglo en Guadalajara. *Revista Territorio*. Recuperado el 12 de julio de 2017, de <http://www.revistaterritorio.mx/el-fin-de-siglo-en-guadalajara.html>
- Mellado, P. (2011, 28 de marzo). El mismo lodazal. *Mural*. Guadalajara, México.
- Mosco, V. (2009). *The political economy of communication*. Londres, Inglaterra: Sage.
- Noriega, A. (1998, 18 de diciembre). Cierran periódico Siglo 21. *Mural*. Guadalajara, México.
- Organización Editorial Mexicana-OEM. (2017). Página corporativa. Disponible en https://www.oem.com.mx/oem/quienes_somos/index.html
- Orme, W. A. (Ed.). (1996). *A culture of collusion: An inside look at the Mexican press*. Estados Unidos: University of Miami/North South Center Press.
- Orozco Martínez, C. E. (2012). Tomás Eloy Martínez. In memoriam. En J. S. Larrosa-Fuentes (Ed.), *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2011* (pp. 159-162). Guadalajara, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente-Departamento de Estudios Socioculturales.
- Ortiz Pinchetti, F. (2015, 13 de febrero). El hombre más sencillo del mundo. *Sin Embargo*. Recuperado el 21 de julio de 2017, de <http://www.sinembargo.mx/opinion/13-02-2015/31780>
- Pazos, F. (2017, 20 de julio). El ciudadano Junco. *Eje Central*. Recuperado el 21 de julio de 2017, de <http://www.ejecentral.com.mx/el-ciudadano-junco/>
- Pickard, V. (2014). *America's battle for media democracy: The triumph of corporate libertarianism and the future of media reform*. Nueva York, Estados Unidos: Cambridge University Press.
- Preston, J. y Dillon, S. (2004). *El despertar de México: episodios de una búsqueda de la democracia*. México: Océano.
- Público*. (1998a, 17 de agosto). Se asocian *Público* y la revista *Milenio*. Guadalajara, México.
- Público*. (1998b, 4 de noviembre). Cambios. Guadalajara, México.
- Quirós Fernández, F. y Sierra Caballero, F. y Quirós Fernández, F. (Eds.). (2001). Globalización y pensamiento crítico. En *Comunicación, globalización y democracia* (pp. 23-44). Sevilla, España: Comunicación Social.
- Ramírez Flores, F. (2012). Cuando la publicidad se disfraza de periodismo. En J. S. Larrosa-Fuentes (Ed.), *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2011* (pp. 105-126). Guadalajara, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente-Departamento de Estudios Socioculturales.
- Ramírez, J. (2012, 1 de mayo). Entrevista con Carlos Ramírez Powell. 22 de abril. *Memoria herida de Guadalajara*. Guadalajara: Radio Universidad de Guadalajara. Recuperado el 21 de julio de 2017, de <http://148.202.105.20/dgmweb/node/16135>
- Ramírez Sáiz, J. M. y Regalado Santillán, J. (1995). *¿Olvidar o recordar el 22 de abril?: la fuerza política de la memoria colectiva*. Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.
- Redacción Proceso. (1992, 9 de mayo). Habla

- el director de “Siglo 21”, el diario propiedad del primo de Dau. *Proceso*. Recuperado el 4 de julio de 2017, de <http://www.proceso.com.mx/159308/habla-el-director-de-siglo-21-el-diario-propiedad-del-primo-de-dau>
- Reguillo Cruz, R. (1994). *Memoria en vilo: 22 de abril en Guadalajara*. Guadalajara, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente-Departamento de Extensión Universitaria.
- Rico Tavera, G. (1999). La guerra civil de los diarios tapatíos. *Expansión*, 30 (763), 66-73. Recuperado el 2 de julio de 2017, de <http://biblat.unam.mx/en/revista/expansion/articulo/la-guerra-civil-de-los-diarios-tapatios-la-perla-tapatia-vive-autenticos-periodicazos-entre-todos-los-editores-de-diarios-al-tiempo-que-llegan-nuevos-participantes-otros-mueren-y-algunos-mas-sobreviven>
- Rico Tavera, G. (2002, 24 de julio). El frente occidental. *Expansión*, 40.
- Ruelas Serna, A. C. y Dupy, J. (2013). *El costo de la legitimidad. El uso de la publicidad oficial en las entidades federativas* (p. 105). México: Fundar/Artículo 19. Recuperado el 2 de julio de 2017, de <http://fundar.org.mx/publicidad-oficial-el-coste-de-la-legitimidad-en-los-estados/>
- Sánchez Ruiz, E. (1992a). *La prensa diaria de Guadalajara: desarrollo y perspectivas*. Guadalajara, México: El Colegio de Jalisco.
- Sánchez Ruiz, E. (1992b). *Medios de difusión y sociedad: notas críticas y metodológicas*. Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara.
- Sánchez Ruiz, E. y Gómez García, R. (2009). La economía política de la comunicación y la cultura. Un abordaje indispensable para el estudio de las industrias y las políticas culturales y de comunicación. En A. Vega (Ed.), *La comunicación en México. Una agenda de investigación*. México: Universidad Nacional Autónoma de México/Universidad Juárez Autónoma de Tabasco/Universidad Autónoma de Baja California/Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.
- Siglo 21. (1997, 18 de agosto). Siglo 21, siete días después ¿Y la explicación? Guadalajara, México.
- Smith Pussetto, C., García Vázquez, N. J. y Pérez Esparza, J. D. (2008). Análisis de la ideología empresarial regiomontana. Un acercamiento a partir del periódico El Norte. *CONfinés de Relaciones Internacionales y Ciencia Política*, 4 (7), 11-25. Recuperado el 2 de julio de 2017, de <http://148.215.2.11/resumen.oa?id=63340701>
- Sollinge, J. D. (1999). Danish newspapers: Structure and developments. *Nordicom Review*, 29 (1), 31-76. Recuperado el 2 de julio de 2017, de <http://www.nordicom.gu.se/en/tidskrifter/nordicom-review-11999/danish-newspapers-structure-and-developments>
- Torres Montes de Oca, J. A. (1988). *Jalisco desde la Revolución: el comercio y su conformación 1940-1987*. Guadalajara, México: Gobierno del Estado de Jalisco/Universidad de Guadalajara.
- Trejo Delarbre, R. (1995). Prensa y gobierno: las relaciones perversas. Los medios, espacios y actores de la política en México. *Comunicación y Sociedad* (25-26), 33-55.
- Valdez Zepeda, A. (1996). La metamorfosis de un régimen petrificado Un acercamiento propositivo al estudio del cambio y la transición democrática en Jalisco. *Espiral*, II (6), 81-110. Recuperado el 2 de julio de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13820605>
- Valencia Lomelí, E. (1998). Jalisco, ajuste y cambio estructural. Una región en busca de proyecto. Presentado en XXI Congreso Internacional de Latin American Studies Association, Chicago. Recuperado el 2 de julio de 2017, de <http://lasa.international.pitt.edu/lasa98/valencialomeli.pdf>
- Valencia Lomelí, E. (2000). Jalisco: ¿Qué vino, en qué odres? La economía jalisciense a fin de

- siglo. En R. Gallardo Gómez y J. Osorio Goicoechea (Eds.), *Jalisco, diagnóstico y perspectiva* (pp. 55-106). Guadalajara, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Van Kranenburg, H. y Hogenbirk, A. (2006). Issues in market structure. En A. B. Albarran (Ed.), *Handbook of media management and economics* (pp. 325-344). Mahwah, Estados Unidos: L. Erlbaum Associates.
- Vidal Bonifaz, F. (2008). *Los dueños del cuarto poder*. México: Editorial Planeta.
- Wikileaks. (1976). President Echeverria interest in private newspaper Chain (Public Library of US Diplomacy No. 1976MEXICO06463_b). Recuperado el 2 de julio de 2017, de https://wikileaks.org/plusd/cables/1976MEXICO06463_b.html
- Xanic, A. (1992, 22 de abril). Alarma por fuga de solventes en el centro. *Siglo 21*, p. 1. Guadalajara, México.
- Zepeda Paterson, J. (1991, 8 de noviembre). Itinerario de un sueño y un proyecto. *Siglo 21*. Guadalajara, México.
- Zepeda Paterson, J. (1997, 8 de septiembre). ¿De quién es Público? *Público*, p. 5. Guadalajara, México.
- Zepeda Paterson, J. (1997, 8 de septiembre). Los compromisos de un periodismo Público. *Público*, pp. 4-5. Guadalajara, México.
- Zepeda Paterson, J. (2005, 1 de enero). La prensa en México o la víctima soberbia. *Cuadernos de Periodistas* (2). Recuperado el 8 de julio de 2017, de <http://www.jorgezepeda.net/la-prensa-en-mexico-o-la-victima-soberbia/>
- Zurita González, J., Martínez Pérez, J. F. y Rodríguez Montoya, F. (2009). La crisis financiera y económica del 2008. Origen y consecuencias en los Estados Unidos y México. *El Cotidiano* (157), 17-27. Recuperado el 8 de julio de 2017, de <http://w3www.redalyc.org/articulo.oa?id=32512739003>

*Estudios sobre periodismo en México:
despegue e institucionalización*

Se terminó de editar en mayo de 2018

en Epígrafe, diseño editorial

Verónica Segovia González

Ninos Héroes 3045, interior A-1, Jardines del Bosque

Guadalajara, Jalisco, México

La edición consta de 1 ejemplar

Corrección

Norma Atilano Casillas