

Apuntes para una Historia de la Prensa en Guadalajara

Enrique E. Sánchez Ruíz



Introducción

Es poca la información que tenemos a la mano sobre el periodismo jalisciense. Si bien Juan B. Iguíniz (1955) documentó descriptivamente el devenir de la prensa de nuestro estado durante casi todo el siglo pasado y principios del actual, sobre la prensa de este siglo prácticamente no sabemos nada, ni siquiera a nivel descriptivo. El trabajo de Iguíniz no llega siquiera a 1917, fecha de fundación del más antiguo de los periódicos actuales en nuestro estado, *El Informador*.

El presente ensayo es parte de un proyecto más extenso que busca cubrir algunas de las lagunas actuales, de información y de explicación, con respecto al periodismo escrito jalisciense. Hemos comenzado por lo más próximo: la prensa diaria actual de Guadalajara, que es la que más circula y la más influyente en Jalisco, dada la centralización al interior del estado, que replica y reproduce el patrón y los procesos de centralización más generales que aquejan a nuestro país. Si bien el proyecto del que forma parte este escrito contempla necesariamente elementos explicativos, contextuales, de naturaleza histórico-estructural, aquí proveemos solamente de un primer acercamiento descriptivo al desarrollo de los principales diarios tapatíos. Esto ya es ganancia y aportación, en virtud del enorme vacío existente. Así, se trata de presentar un avance de investigación, misma que se verá enriquecida y complejificada en su transcurso posterior.

Tal como lo hacen algunos otros de los colaboradores a este volumen, nosotros también exhortamos al lector a que, si tiene elementos informativos o apreciativos que enriquezcan ulteriormente este proyecto de información, le agradeceremos que nos los haga llegar. Solamente a partir de la crítica que intenta partir de bases objetivas puede el conocimiento ampliarse y profundizarse.

Algunos antecedentes

La primera imprenta del continente americano se instaló en nuestro país, alrededor de 1539 y en 1722 apareció la primera publicación periódica, *La Gaceta de México* (Ruíz Castañeda, 1974: 29). Sin embargo, en nuestro estado no fue sino hasta las postrimerías del Siglo XVIII, por 1792, que llegó la imprenta (Iguíniz, 1982: 343). Con la creación en Guadalajara de *El Despertador Americano* por parte de don Miguel Hidalgo y Costilla, en diciembre de 1810, nos cabría el honor de ser la cuna del periodismo político, de combate y compromiso, que caracterizó al siglo pasado en el quehacer periodístico mexicano.

Juan B. Iguíniz (1955; 1981) ha documentado la enorme proliferación en Jalisco, en particular en Guadalajara, de las imprentas y las publicaciones periódicas durante el Siglo XIX y principios del actual. Fueron tiempos de una profusión increíble de publicaciones periódicas; sin embargo, la inmensa mayoría fueron de muy corta vida. Durante la primera década del siglo actual, a pesar de la mano dura del régimen dictatorial porfirista sobre la prensa, se hicieron oír en Guadalajara voces independientes y críticas que “anunciaban la Revolución”, como la de los diarios *La Libertad*, del notario Francisco L. Navarro, *La Gaceta de Guadalajara*, *El Estado de Jalisco*, *La Opinión*, o los semanarios *El Kaskabel*, *El Regional* del Partido Católico y *La Chispa* (Zuno, 1981). Jaime Olveda *et al* (1985) han recogido una selección de editoriales de la prensa tapatía acerca de la Revolución, de entre 1910 y 1920, donde se notan las diversas posiciones tomadas por los periódicos de la capital jalisciense ante el movimiento armado, mismo que no fue tan intenso en nuestra entidad (especialmente en Guadalajara) como en otras partes de la república. Surgieron tantas publicaciones periódicas en Guadalajara durante esos años, que Magdalena González (1986: 22) reporta 118 títulos de impresos de la década correspondiente a la fase armada de la Revolución, actualmente existentes en la Hemeroteca de la Biblioteca Pública del Estado. De ese número, 26 publicaciones son diarios. Aún así, la Hemeroteca no contiene todas las publicaciones de la época, aunque suponemos que sí una mayoría. Según Iguíniz (1955: 281-283), muy posiblemente *La Gaceta de Guadalajara* (1903-1914) fue el periódico que inauguró el periodismo industrial moderno, con objetivos principalmente comerciales, tal como lo hizo en la capital de la república *El Imparcial* en 1886 (Aguilar Plata, 1983).

Durante los decenios siguientes, de 1920 a la fecha, la proliferación de publicaciones periódicas ha ido menguando en Guadalajara, especialmente

a partir de los cuarenta y más particularmente en lo que se refiere a periódicos diarios. Por ejemplo, ya de 1917 a 1940, una investigadora solamente encontró 20 diarios¹ y de 1940 a 1961, hay en la Hemeroteca del Estado solamente 13 diarios registrados. Han sido muy pocos los que han durado más de un lustro, salvo el caso de *El Informador*, que se edita desde 1917 y los más recientes como *El Occidental* desde 1942, *El Sol de Guadalajara* desde 1948, *El Diario*, de 1969, *Ocho Columnas*, que salió a las calles en 1978 y *El Jalisciense*, que es el más joven de los diarios tapatíos (1980). Enseguida haremos una breve descripción de la emergencia y desarrollo de los principales diarios que hoy existen en Guadalajara.

El Informador

El decano de los periódicos jaliscienses actuales —y uno de los más antiguos de entre los del país— es *El Informador*, fundado el cinco de Octubre de 1917 por don Jesús Álvarez del Castillo Velazco. Según información proporcionada por el propio diario, la Compañía Editora de Guadalajara, S.A. (que posteriormente se llamó El Informador, S.A.), comenzó con un capital inicial de \$20,000.00, de los cuales el propio Álvarez del Castillo aportó el 21 % (\$4,200.00). El resto de las acciones se repartían entre diversos socios, como don Ramón Castañeda y Castañeda, algunos comerciantes e industriales de la colonia francesa de Guadalajara, como los señores Ernesto Javelly, Mariano Favier y Enrique Teissier; otro accionista fue Eugenio Pinzón, gerente de la Compañía Hidroeléctrica Chapala, quien además proporcionó apoyos financieros complementarios para la compra de una prensa, dos linotipos y tipografía, así como para salarios.²

La primera imprenta que publicó *El Informador* fue propiedad de los señores Alejandro Gallardo y Antonio Álvarez del Castillo, éste último padre del gobernador Enrique Álvarez del Castillo. Siendo el equipo de esta imprenta muy rudimentario, pronto cambiaron a la del señor José Cabrera y para 1918 don Jesús Álvarez del Castillo estableció su propio taller de imprenta (Iguíniz, 1981: 257).

El primer director de *El Informador*, Juan Puga, tuvo que renunciar al puesto por haber publicado la noticia falsa de que el Arzobispo de Guadalajara, Monseñor Francisco Orozco y Jiménez, se había levantado

¹ Ma. de la Luz Martín del Campo, investigación de tesis en proceso.

² Datos proporcionados por escrito a Ma. de la Luz Martín del Campo por el Sr. Jorge Álvarez del Castillo. Cuando no hagamos referencia a otra fuente con respecto a este periódico, nos estaremos basando en este documento.

en armas en la región de Los Altos de Jalisco. Eran los inicios de enfrentamientos entre el gobierno y la Iglesia, que en el decenio siguiente desembocaron en el conflicto conocido como la "Guerra Cristera". Desde entonces (1918), don Jesús tomó directamente la dirección del periódico, salvo una ausencia de seis años fuera del país "por razones familiares", entre 1927 y 1932 (curiosamente, durante el tiempo más álgido de la Guerra Cristera), hasta su muerte en 1966. Dado que el fundador de *El Informador* estudió en Estados Unidos y en Francia, mostró simpatía hacia los aliados durante la Primera Guerra Mundial, que se escenificaba en Europa por aquellos años. Por esta razón, acudió a la colonia francesa tapatía para que suscribieran acciones del periódico. Una vez establecido éste, hizo campaña a favor de los aliados durante el tiempo que duró la Guerra Mundial. En virtud de esta actitud de apoyo hacia los aliados, recibió complementariamente ayuda del *Committee for Public Information* de los Estados Unidos. Una vez terminada la guerra, Jesús Álvarez del Castillo liquidó al poco tiempo a los demás accionistas de *El Informador* y desde entonces el periódico ha permanecido únicamente en manos de la familia Álvarez del Castillo.

El Informador ha creado la imagen de ser un periódico conservador prácticamente desde sus inicios. Sin embargo, no se ha caracterizado por apoyar movimientos políticos y/o sociales derechistas. Por ejemplo, durante la Cristiada, algunos panfletos de la llamada "resistencia católica" se quejaban de que tanto *El Informador* como el *Excelsior* de la ciudad de México falseaban las informaciones sobre su movimiento (Martín del Campo, s/f). De hecho, se dice que Don Jesús Álvarez del Castillo era masón anticlerical, lo que explicaría el que, a pesar de mostrar el periódico una postura conservadora, no lo hiciera en alianza con la Iglesia católica. En todo caso, el diario más antiguo de Guadalajara se ha cuidado de no tomar posturas demasiado críticas ni ante el gobierno ni ante otros sectores importantes de la sociedad jalisciense o mexicana en general. El periódico mismo prefiere llamar a esto "objetividad": "O quizá, por tan objetivo, se le califique de tímido e intrascendente" (autodefinición del propio diario en *Referencia*, año 2, Núm. 14, 1987). Sin embargo, el diario reconoce haber tomado una postura política abierta en un par de ocasiones: apoyando la candidatura a gobernador del terrateniente liberal Luis Castellanos y Tapia y después la candidatura a la presidencia del Gral. Alvaro Obregón. Este último, por cierto, ordenó la incautación del periódico cuando la rebelión del ahuertista, pues el director de *El Informador* tenía amistad personal con Adolfo de la Huerta. Pero después de cuarenta días, se permitió nuevamente al periódico salir a las calles. Al parecer, el único

otro incidente que ha sufrido *El Informador* en su relación con el gobierno fue en tiempos del gobernador Everardo Topete, cuando éste provocó una huelga, emplazada y ejecutada por sindicatos externos al diario, “en venganza por las indiscreciones de *El Informador*, al hacer pública la división de los diputados ante un préstamo de ocho millones de pesos que iba a solicitar el gobierno estatal y por el cual iba a pagar un millón de pesos de comisión al intermediario”.³ La huelga duró un año, de finales de 1937 a finales de 1938. Jesús Álvarez del Castillo logró recomenzar, gracias al apoyo tanto de sus propios empleados, como a la ayuda “física y económica” de la Asociación de Editores de los Estados (AEE), organización que aun existe y que agrupa a algunos de los diarios más antiguos y prestigiados de la provincia mexicana. “Resuelta la huelga”, dice el documento de *El Informador*, “se procedió a organizar la nueva Compañía Unión Editorial, S.A., que aún funciona”. Desde entonces y hasta la fecha, *El Informador* es reconocido por la tibieza para tratar asuntos gubernamentales en sus páginas.

“Posiblemente”, dice un escrito del mismo periódico, “la época de más rápida expansión de *El Informador* haya sido la comprendida entre 1940 y 1945” (en *Referencia*, año 1, No. 4, 1985). No tenemos ninguna evidencia, pero podría ser que este crecimiento del diario durante el tiempo de la Segunda Guerra Mundial haya sido favorecido por alguna ayuda exterior, como la que hemos documentado que recibió *El Informador* durante la Primera Guerra Mundial. En esos años, el diario estrenó nuevo edificio y “la primera rotativa para periódico ensamblada en México, capaz de imprimir doce planas simultáneamente y con mayor rapidez que sus predecesoras” (ibid). Durante su desarrollo, *El Informador* ha ido desplazando a diversos competidores de los cuales solamente *El Occidental*, que comenzó en los cuarentas, ha podido seguirle el paso. Entre los diarios que han competido con *El Informador*, pueden citarse *Restauración* (1918-1926), *El Sol* (1923-1934), *Las Noticias* (1928-1942), *La Tarde* (1936-1941), *El Jalisciense* (1932-1938). *El Sol* y *El Jalisciense* recién mencionados no tienen que ver con los actualmente existentes en Guadalajara. Por cierto, *El Jalisciense* fue el órgano de información del Partido Nacional Revolucionario y fue fundado por Jesús González Gallo cuando era presidente del partido en Jalisco (Martín del Campo, s/f), en los tiempos en que Cárdenas, primero desde el partido oficial y después desde la presidencia de la república, impulsaba la

³. Declaraciones del Lic. Constancio Hdez. Alvirde, entonces diputado, a Ma. de la Luz Martín del Campo.

expansión de los medios estatales de difusión y una mayor presencia del Estado en la opinión pública mexicana.

Un problema del periodismo en general, pero más agudo aun del de provincia, es la "producción" de las noticias. Para cubrir los hechos cercanos es necesario contar con una planta de reporteros, lo que implica gastos en sueldos; y para hacerlo con los acontecimientos lejanos hay que confiar cada vez más en intermediarios, como las agencias tanto internacionales como nacionales de noticias. En un principio, predominaron en *El Informador* las notas nacionales, que eran obtenidas, con algún retraso con respecto a la producción de los acontecimientos, por vía del correo y del telégrafo. Por ejemplo, en diciembre de 1917, en la primera plana de *El Informador*, el 53% de las notas era de índole nacional, el 33% internacional, y solamente 14% de origen local (Martín del Campo, s/f). En su mayoría, las notas locales eran policiacas y sociales. Posteriormente la cuota de la información local aumentó, pero al parecer declinó después, por lo menos la que el periódico consideraba como más importante: por ejemplo, para el mes de mayo de 1925, de los tres titulares más destacados por el periódico, casi el cuarenta por ciento eran sobre informaciones locales, por casi la mitad nacionales y solamente un 12% internacionales; en junio de 1933, las notas destacadas locales solamente fueron un 8%, por 51%, nacionales y 44% internacionales. En julio de 1937, las notas destacadas de procedencia internacional ya habían subido al 50%, por 38% nacionales y 11% locales, mismas que para julio de 1940 apenas si alcanzaron un 1%, por 18% nacionales y 81% internacionales (ibid.). Entonces, se nota que, independientemente de que hay momentos en que los sucesos internacionales adquieren mayor relevancia periodística, al haber un aumento constante de las noticias internacionales consideradas como importantes, con una disminución de las nacionales y una aún mayor reducción de las locales, habría una gradualmente creciente dependencia de las agencias internacionales para la provisión de titulares. Solo con el tiempo y con la consolidación de *El Informador* como empresa comercial, se habría de desarrollar una sección local (hasta fines de los cincuenta), nutrida en gran medida por una planta de reporteros del diario. Para 1987, en un día del mes de Mayo que analizamos (parte de una muestra más amplia que se está analizando), de una superficie redaccional, es decir, cubierta por información *escrita*, de 21,352 centímetros cuadrados, la mitad la ocupa informaciones de agencia (Universal y Exc-AEE, mexicanas, 24.3%; y Reuter, AFP, UPI, Europa Press News Service y Firmas Press, extranjeras, 75.7%). Por otra parte, en ese mismo día la información de este diario se dividía como se muestra en el cuadro 1.

Cuadro 1
El Informador
Ambitos Geográficos de Referencia

Ambito	Superficie (cm. cuadrados)	Porcentaje
1. México	9,268	43.0
2. Norteamérica (EE.UU. y Canadá)	3,877	18.0
3. Latinoamérica	1,529	7.1
4. Europa Occidental	1,665	7.7
5. Países Socialistas (incl. Cuba)	299	1.4
6. Medio Oriente	0	0
7. Asia	0	0
8. Africa	144	0.6
9. Australia	205	0.9
10. No especificado	4,558	21.1
Totales	21,545	99.8

Por otra parte, de la superficie dedicada a México, el 40% se refería a Guadalajara y 21.9% al resto de Jalisco (sintomático de nuestro centralismo al interior del estado), por 24.5% con referencia amplia a “la nación” —la mayor parte de la cual partía de la ciudad de México—, 9.3% al resto de la provincia mexicana, y 4.1 con referencia directa al Distrito Federal.

Otro rasgo que ha caracterizado a *El Informador* es el de ser un periódico que adopta innovaciones tecnológicas con cierta frecuencia y anticipación y, en ese sentido, se ubica a menudo en la vanguardia en tal rubro. Sin embargo, lo curioso es que, a pesar de poseer equipos sofisticados de procesamiento de información, impresión, etc., las características físicas del periódico prácticamente no han cambiado en los últimos años, como otros que han adoptado formatos más “modernos”, con uso de color, etc. Este aspecto refuerza la imagen conservadora del diario. A su vez, tal imagen “estable” a través de los años, quizás ha propiciado que *El Informador* haya sido tradicionalmente el periódico más socorrido por la publicidad en impresos en Guadalajara, desde en el Aviso Oportuno hasta en la publicidad más especializada, en la compra de espacios para desplegados y —se dice— en la compra de las llamadas “gacetillas” (publicidad encubierta en forma de notas periodísticas). De hecho para un

día de muestra de mayo de 1987, de la superficie *impresa* total, el 68% se destinó a publicidad, por 18% a unidades redaccionales (el resto lo ocupaban fotografías, espacios en blanco, superficie administrativa, etc.). En nuestra muestra, *El Informador* fue el diario que mayor espacio destinaba a la publicidad, casi el doble que su más cercano competidor (*El Occidental*). Sin embargo, aclaremos que no incluimos en el conteo de la superficie publicitaria las llamadas gacetillas, por presentarse en forma de notas periodísticas que no se pueden diferenciar del resto de la información. Esta práctica es muy generalizada en el periodismo mexicano y la consideramos “antiética”, pues en el fondo se trata de algo similar a la llamada publicidad “subliminal”. Su amplia circulación también podría sustentar la hipótesis de que el público lector tapatío tiende a ser conservador, y de ahí su éxito. Si bien *El Informador* no reporta sistemáticamente su circulación al *Directorio de Medios Impresos* de Medios Publicitarios Mexicanos, la empresa Televida calculaba para principios de 1987 que tiraba 28 mil ejemplares diarios (en *Referencia*, año 2, Núm. 18, 1987: 22). Sin embargo, es creíble que tire hasta el doble de esa cantidad, al comparar los tirajes declarados por la competencia, como *El Occidental* y de acuerdo a comentarios de periodistas tapatíos (uno cercano a la empresa nos habló de 60,000 ejemplares). En una encuesta que realizó nuestra colega Patricia Salic en 1988 en 451 hogares del área metropolitana de Guadalajara, 72% de las personas interrogadas manifestaron preferir *El Informador* por sobre los demás periódicos tapatíos. Aunque la muestra de Salic parece estar sesgada hacia personas de clase media, de cualquier manera nos sirven sus datos como indicadores “gruesos” de las preferencias de los tapatíos.

Desde la muerte en 1966 de don Jesús, ha ocupado la dirección de *El Informador* su hijo, Jorge Alvarez del Castillo. La familia propietaria del periódico más antiguo de Guadalajara tiene lazos de parentesco con el gobernador actual de Jalisco, Enrique Alvarez del Castillo, y se dice que también con la familia Leaffo, entre quienes se encuentran algunos de los líderes principales de la Universidad Autónoma de Guadalajara. Sin embargo, no se sabe que *El Informador* simpatice con la ideología de los “Tecos”. Por otra parte, *El Informador* siempre ha mantenido una relación de respetuosa lejanía con la jerarquía eclesiástica y otros factores de poder en nuestra entidad.

El Occidental y El Sol de Guadalajara

Al despuntar los cuarenta, ciertos círculos tapatíos sentían un vacío

periodístico, al no existir más que un diario de relevancia en una ciudad ya para entonces en crecimiento continuo. En el Centro Patronal de Jalisco surgió la idea de crear un competidor para *El Informador*, según nos informó el primer gerente de *El Occidental*, don Rubén Villa Michel. Con la inquietud y el apoyo financiero de algunos hombres de empresa, como Jorge Dipp y Carlos Dávalos, se estableció el 5 de agosto de 1942 *El Occidental*. Se dice también que el grupo de inversionistas que inició este periódico era apoyado por el entonces Arzobispo de Guadalajara, monseñor José Garibi y Rivera. El periodista Herrador Calvo fue nombrado primer director del diario. Que *El Occidental* comenzaba con el “espíritu de su tiempo”, lo muestra el “programa” que aparecía en el primer número y que aludía a la política de Unidad Nacional que impulsaba desde 1940 el presidente Manuel Avila Camacho:

Aclámase ahora la unión nacional, después de largo y oscuro período en que se cultivó el odio entre las diversas clases sociales y como esa unión no puede ir más allá ni ser otra cosa sino la convivencia dentro de la ley de los factores considerados en oposición, siempre existentes, en el conglomerado social, es a hacer posible esa general convivencia a lo que dedicaremos nuestro mayor esfuerzo (*El Occidental*, Núm. 1, agosto 5, 1942).

A las pocas semanas de establecido *El Occidental*, el grupo de propietarios invitó, por medio del Sr. Villa Michel, al conocido periodista José Pagés Llergo a reforzar el diario. Pagés se trasladó a Guadalajara y ocupó la dirección del periódico solamente por unos pocos meses. Al parecer, la Guadalajara de los años cuarenta le “quedó chica” al prestigiado periodista; también cabe la posibilidad de que Pagés no haya coincidido con la ideología empresarial-cristiana del grupo de propietarios e impulsores del periódico. Por otra parte y complementariamente, quizás en ese principio el mercado periodístico tapatío no fuera suficiente para dos diarios, pues Pagés Llergo regresó a la ciudad de México sin dejar ninguna huella relevante en Guadalajara y *El Occidental* siguió pasando por problemas financieros durante varios años.

A principios de 1944, ocupó la dirección de *El Occidental* Pedro Vázquez Cisneros, periodista de larga trayectoria (por la fecha de fundación de *El Informador* dirigía el semanario *La Epoca*) y distinguido panista, quien al poco tiempo rentó el equipo a sus propietarios y durante algunos años manejó con relativa independencia el diario. El mismo Sr. Vázquez (1948) ha señalado que no fue sino hasta 1946 y 1947 que *El*

Occidental “produjo ya ganancias”, que sin embargo no duraron mucho. En enero de 1948, la Cadena García Valseca estableció el vespertino *El Sol de Guadalajara* y el propio Coronel José García Valseca tenía planes para poseer un diario matutino en la segunda ciudad de la República. La crisis económica de *El Occidental*, aunada al hecho de que terminó el contrato de arrendamiento con opción a venta, que tenían celebrado los empresarios propietarios del equipo con Pedro Vázquez Cisneros, facilitaron la adquisición del periódico por parte de García Valseca, a fines de 1948. Si bien Vázquez Cisneros continuó en principio fungiendo como director del diario, muy pronto fue desplazado por Miguel Ordorica, a la sazón director general de la cadena y por Salvador Borrego, director de *El Sol de Guadalajara* (ibid.). Así, un intento de desarrollo periodístico local fue absorbido por el “gran pulpo” del periodismo nacional en que ya se estaba constituyendo la Cadena García Valseca. Posteriormente Vázquez Cisneros emigró a la ciudad de México y terminó sus días escribiendo para el *Excelsior* en su mejor época.

Es interesante comentar la visión empresarial de José García Valseca, poblano identificado con el llamado “Grupo Puebla”, que se formó alrededor del tristemente célebre William Jenkins y que incluía a Manuel Espinoza Iglesias, Rómulo O’Farrill, Gabriel Alarcón y a Manuel y Maximino Avila Camacho. Al parecer, desde 1945 el Coronel buscaba en Guadalajara un local apropiado para establecer un periódico. Ya para fines de 1946, mientras establecía “Soles” en Aguascalientes, Durango, Toluca y Mazatlán, tenía todo preparado físicamente para que *El Sol de Guadalajara* comenzara a funcionar. Un apólogo del Coronel describe tales preparativos:

García Valseca comenzó por procurar un local muy amplio y equipo mecánico de primera categoría. Adquirió una potente rotativa Goss para 64 páginas con todo su equipo de estereotipia, capaz de tirar 25,000 ejemplares por hora; seis intertipos último modelo, un taller completo de fotograbado, sierras eléctricas, cajas de fundir, mesas de formación y tipo en gran cantidad. Además hizo instalar una estación radioreceptora en el edificio del periódico y otra en las afueras de la ciudad. Y como frecuentemente había “apagones” en Guadalajara, compró asimismo una planta eléctrica nueva. Luego fue acumulando rollo tras rollo de papel, hasta que formó una montaña de rollos por valor de doscientos mil pesos (Cordero y Torres, 1973: 328).

A pesar de las grandes expectativas que se habían creado ya en Guadalajara durante 1946, todavía transcurrió todo 1947 sin que *El Sol de Guadalajara* apareciera. Lo que aún no tenía asegurado el Coronel era un buen equipo humano que garantizara el éxito al periódico por nacer. Posiblemente una carencia de este tipo fue la causa de las penurias de *El Occidental* durante sus primeros años de vida. Durante el segundo semestre de 1947, el Coronel García Valseca "contrató a don Miguel Ordorica, el fundador de *Ultimas Noticias de Excelsior*, para que sacara a la luz *El Sol de Guadalajara*" (ibid.). Miguel Ordorica, periodista de larga trayectoria y quien a los pocos meses ocuparía la dirección de toda la Cadena, era conocido por su acendrado anticomunismo y visión política sumamente conservadora. Para complementar el cuadro dirigente de su periódico tapatío, García Valseca contrató a Julio López de la Cerda para los menesteres legales y administrativos, así como a los periodistas de *Excelsior* Javier Martínez y Salvador Borrego. Este último, nombrado primer director de *El Sol*, sería con posterioridad ampliamente conocido por sus ligas ideológicas con la "secta" ultraderechista de los "Tecos", de la Universidad Autónoma de Guadalajara, con la que, al parecer, también mantuvo lazos amistosos el mismo Coronel García Valseca: la primera rotativa del periódico *Ocho Columnas*, de la U.A.G., fue donada por García Valseca, después de una renovación de equipo de *El Occidental*. Continúa el historiador de la Cadena:

Con la llegada de ese grupo a Guadalajara el taller cobró nueva vida. En la Redacción se improvisó un curso intensivo para que jóvenes estudiantes de Preparatoria, de Comercio o de Leyes se iniciaran en el periodismo. A la vez se contrataron los servicios de las más grandes agencias informativas del mundo, tales como la United Press, la Associated Press y la International News Service. Asimismo se adquirieron los servicios exclusivos de *The New York Times* y del *Chicago Tribune*.

Las informaciones nacionales las cubría la Redacción Central de la C.G.V. en la ciudad de México, complementada por un corresponsal ligado a los diarios metropolitanos. Nunca se había hecho tal despliegue de fuerzas y nunca la Provincia había estado tan mejor servida periodísticamente. (. . .) El 12 de enero de 1948 García Valseca inauguraba el más grande y mejor de los periódicos de los Estados, en ciertos aspectos superior a cualquier diario metropolitano (ibid.: 329).

Era el diario número catorce de la Cadena García Valseca, que para fines de los sesenta pasaría ya la treintena de periódicos. El número quince sería *El Occidental*, comprado por García Valseca en Octubre de 1948. Esta adquisición, al parecer, ocurrió en contra del consejo de diversas personas —entre ellos Miguel Ordorica y Salvador Borrego— al Coronel García Valseca: “Va usted a comprar un cadáver”, le habían dicho (ibid: 331). Además, en caso de querer abrir un matutino de la Cadena, el Coronel contaba con el moderno equipo instalado para *El Sol*, mientras que *El Occidental* en comparación contaba con un equipo muy modesto y atrasado tecnológicamente:

Ciertamente *El Occidental* era un cadáver, pero ¿si él lo resucitaba? La maquinaria no le era de utilidad en Guadalajara, pero en otra ciudad serviría para abrir un nuevo periódico. El papel estaba racionado y cada diario tenía su cuota; al adquirir *El Occidental* automáticamente adquiriría el correspondiente suministro de papel. En cuanto al personal, se indemnizaría cabalmente al que no fuera útil. Al diario se le harían grandes mejoras. Además, aunque se trataba de un cadáver, no se sabía si tarde o temprano iba a caer en manos de otra empresa y a cobrar nueva vida (ibid.: 331).

Toda la infraestructura material y humana establecida durante los dos últimos años para lanzar *El Sol de Guadalajara*, sirvió para impulsar a los dos nuevos diarios de la Cadena García Valseca. Se generó la demanda, especialmente para *El Occidental*, mediante sorteos de casas y otros premios, con lo que la circulación se elevó, así como las ventas de publicidad en ambos periódicos. A partir de entonces, se estableció una cierta “división del trabajo”: el vespertino se fue convirtiendo en el periódico popular, amarillista, enfocado principalmente a los deportes, a la nota roja y similares, mientras *El Occidental*, matutino, se fue consolidando como la principal competencia para *El Informador*, en tanto periódico “serio”, igualmente conservador y vehículo publicitario por excelencia. Esta estructura básica de la prensa diaria tapatía se mantuvo prácticamente durante dos décadas, pues no fue sino hasta 1969 que se fundaría el siguiente diario de los que existen actualmente.

Alrededor de 1955, *El Occidental* es el primer diario que crea una sección regional y local especial en Guadalajara, con lo que se comienza a consolidar en el gusto del público jalisciense (*El Informador* hizo lo mismo hasta fines de 1958, según recuerda don Armando Morquecho Preciado, quien trabajó durante esos años en este diario). La línea editorial

de los diarios de la Cadena García Valseca fue sumamente conservadora, con inclinaciones hacia el sector empresarial, la Iglesia Católica y la embajada de Estados Unidos, buenas relaciones con los gobiernos en turno y omisión o desentendimiento de todos los movimientos populares de izquierda o cualquier oposición. Después de 1968, sin embargo, los periódicos de la Cadena García Valseca, como la prensa mexicana en general, comienzan una relativa apertura hacia sectores de oposición y a movimientos sociales.

En 1972, *El Sol de Guadalajara* y *El Occidental* cambiaron de propietario, junto con la Cadena García Valseca. Habiendo tenido una expansión continua —para esas fechas ya llegaba la Cadena a los cuarenta periódicos—, también había pasado por un proceso de endeudamiento creciente (400 millones de pesos, según Fernández Christlieb, 1982: 78), especialmente con el propio gobierno. La Sociedad Mexicana de Crédito Industrial (SOMEX) intervino a la cadena y se convirtió en el socio mayoritario. A pesar de que el nombre del Coronel García Valseca continuó apareciendo como presidente y director general de la organización, en los periódicos de la misma, fue el periodista Benjamín Wong Castañeda quien tomó las riendas (ibid.:59). De hecho, el Coronel fue perdiendo el control editorial paulatinamente, pues no se retiró del todo de la cadena, así que hubo un lapso de transición y de superposición de poderes en la misma. Para 1976, sin embargo, el gobierno de Luis Echeverría decidió poner a la venta el consorcio periodístico más grande del país (y del mundo de habla hispana):

... fue adquirido en abril de 1976 por un grupo privado a cuya cabeza aparece Juan Francisco Ealy Ortiz, que a su vez ya aparecía como Presidente y Director General de la Cía. Periodística Nacional, S.A., editora de *El Universal*, el diario más antiguo de la ciudad de México.

El 75% de la acciones, sin embargo, aparecen asignadas a Mario Vázquez Raña, importante empresario mueblero y al mismo tiempo funcionario público por cuanto era director del Instituto Nacional del Deporte (Granados Chapa, 1981: 30).

Se funda, sobre la base de la Cadena García Valseca, la Organización Editorial Mexicana (OEM), que continuaría creciendo hasta llegar a los 53 periódicos en 1987, según el *Directorio de Medios Impresos* de MPM (Agosto, 1987). Desde un principio, cundió el rumor insistente, que no ha encontrado refutación categórica hasta la fecha, de que el propietario real,

o por lo menos un accionista principal (encubierto) de la OEM, es el mismo Luis Echeverría Álvarez. A esto último le dio mayor credibilidad el que altos funcionarios de su gobierno, como Fausto Zapata (subsecretario de la Presidencia) y Mario Moya Palencia (secretario de Gobernación), hayan aparecido en altos puestos directivos de la organización. Sin embargo, ya hace tiempo que Mario Vázquez Raña tomó las riendas directamente del consorcio y Echeverría nunca ha aparecido oficialmente relacionado con éste. Por otra parte, Vázquez Raña es propietario, desde 1985, de una de las agencias internacionales más grandes del mundo, la United Press International (UPI), con lo que el poder de su organización ha crecido a dimensiones internacionales. En 1987, Vázquez Raña arrendó la UPI a una compañía norteamericana de gestión gerencial, lo cual le ha restado el control directo de la agencia internacional, que sin embargo sigue siendo de su propiedad.

A pesar de que se dice que “el cambio de propiedad de la cadena diluyó significativamente el marcado acento conservador que el Coronel García Valseca había inspirado en sus diarios” (Arredondo, 1986: 16), tampoco ha sido un rasgo sobresaliente de *El Occidental* o de *El Sol de Guadalajara* el haber ejercido después del cambio algún grado de crítica política o social de significación. En este sentido, el cambio de propiedad de los periódicos referidos podría ser también el de un conservadurismo un tanto extremo a otro menos extremo (o, quizás, de la defensa unos intereses a otros, lo que deberá ser objeto de una investigación más exhaustiva que la de este simple esbozo). Sin embargo, de hecho con el cambio en el control de la cadena hay una reducción del acercamiento con la Iglesia y con la embajada norteamericana, y especialmente en el período de transición continúa una cierta apertura hacia los movimientos de oposición, muy en la línea de la llamada “apertura democrática” echeverrista. Recién que ocurrieron los cambios en la propiedad de los diarios tapatíos de la cadena más grande de México, no hubo modificaciones importantes en su personal, pues por ejemplo, don Ernesto Corona Ruesga, quien era el director con García Valseca, continuó en la dirección hasta 1983, cuando fue substituido por Guillermo Chao Ebergenyl. A partir de entonces, de hecho *El Occidental* se constituyó en la cabeza de la “zona 3” de la Organización Editorial Mexicana, que comprende los periódicos que tiene el consorcio en Querétaro, Aguascalientes, Morelia, Zamora, Irapuato, León y Celaya. Una innovación interesante que introdujo Chao Ebergenyl fue crear un suplemento cultural regional denominado “La Cultura en el Occidente”, elaborado en *El Occidental*, dejando de recibirse el suplemento elaborado en la ciudad de México para toda la cadena. A

partir de octubre de 1986, el director regional para la zona 3 (y por lo tanto, director de *El Occidental* y de *El Sol de Guadalajara*), fue Julio del Río Reynaga, periodista de larga trayectoria y autor de algunos textos pioneros sobre periodismo en México. Sin embargo, para septiembre de 1988 ya había regresado a ocupar la dirección regional de OEM Guillermo Chao, hombre de las confianzas de Vázquez Raña, quien había estado asignado a la agencia UPI en Estados Unidos.

En los últimos años, *El Occidental* ha avanzado en su carrera competitiva con *El Informador*, captando cada vez más espacio publicitario y, según cálculos de la empresa Televida, ya lo superó en tiraje, con 35,000 ejemplares diarios, por 28,000 de aquel (en *Referencia*, año 2, Núm. 18, 1987). Sin embargo, *El Occidental* declara al Directorio de *Medios Impresos* de MPM (Mayo, 1988) un tiraje de 85,000 ejemplares en 1987. Es sabido que, dado que los medios proporcionan sus datos a los directorios de MPM para vender espacio -o tiempo- publicitario, la inmensa mayoría de los periódicos inflan su tiraje, así que posiblemente el cálculo de Televida sea más cercano a la cifra real o en todo caso ésta sea una intermedia. Por otro lado, mientras *El Sol* declara a MPM un tiraje de 45,000 ejemplares diarios, la empresa mencionada le calcula unos 5,000.

En la encuesta que realizó Salic en 1987, *El Occidental* apareció como el segundo diario favorito de quienes constituyeron la muestra, aunque era solamente una cuarta parte de los encuestados quienes lo señalaron, por 72% que indicaron *El Informador*. Por otra parte, en un día de Mayo de 1987, del total de superficie impresa de *El Occidental*, el 44% se dedicaba a publicidad, y solamente el 36% a unidades redaccionales. Del total de superficie redaccional, el 46.4% lo ocupaban informaciones que provenían de agencias (OEM, mexicana, 39%; y extranjeras: AP, AFP y ANSA, 61%). En el cuadro 2 mostramos la distribución de las informaciones proveídas por *El Occidental* en nuestro día de muestra, en razón del ámbito geográfico de referencia.

De la información sobre México, durante el mismo día, 30% se refería a Guadalajara, 29% era de carácter "nacional", 24.5% trataba sobre Jalisco, 13% sobre el resto de la provincia mexicana, y 3.3% se refería a la capital de la República. Vemos, pues, repetirse el patrón de centralización, aunque con menor intensidad que en *El Informador*, pues la proporción de información sobre el interior del estado es cercana a la que se refiere a Guadalajara. Por otra parte, también en este caso la información "nacional" de hecho trata de cuestiones que afectan a todo el país, pero de las cuales la mayor parte tiene como fuente la ciudad de México.

Cuadro 2
El Occidental
 Ambitos Geográficos de Referencia

Ambito	Superficie (cm. cuadrados)	Porcentaje
1. México	19,997	61.0
2. Norteamérica	2,960	9.0
3. Latinoamérica	3,113	9.5
4. Europa Occidental	13,553	10.8
5. Países Socialistas	1,013	3.1
6. Medio Oriente	101	0.3
7. Asia	576	1.7
8. Africa	109	0.3
9. Australia	0	0
10. No Especificado	1,363	4.1
Totales	32,785	99.8

Como en el caso de *El Informador*, *El Occidental* se muestra respetuoso con todas las fuentes de poder (gobierno, jerarquía eclesiástica, cúpulas de la iniciativa privada, etc.). Hemos sabido de fuentes cercanas que la OEM tiene convenios de “no agresión”, al más alto nivel, con por ejemplo Televisa, lo que convierte al periódico en un espacio casi nulo para la crítica social y política independiente de los polos establecidos de poder en la sociedad tapatúa y mexicana.

*El Diario*⁴

Un poco repitiendo la historia con respecto al nacimiento de *El Occidental*, parece haber surgido *El Diario* en 1969, es decir: ante la insatisfacción de “un grupo de inversionistas” por el periodismo que se ejercía en Guadalajara, a juzgar por el escrito del ahora cronista de la ciudad, Juan López, en el primer número de dicho periódico:

⁴Para elaborar esta sección nos basamos casi enteramente en entrevistas con periodistas y políticos prominentes de Jalisco. Debido a la mayor cercanía en el tiempo de lo narrado, no proporcionamos los nombres de nuestras fuentes.

... y contemplando el panorama del occidente del país nos dimos perfectamente cuenta de que hacía falta en este ámbito el medio de comunicación periódico con especiales características que lo singularizara. Se hicieron estudios que demostraron la urgencia que tenía esta zona de un medio de expresión que viniera a satisfacer plenamente la intercomunicación e información en tierra tan valiosa para la patria. Se adquirió la maquinaria que se consideró necesaria, se construyó un edificio adecuado y se escogió al personal de mayor calificación para hacer realidad nuestros planes (“Diálogos de Juan López”, en *El Diario*, Núm. 1, 24 de Nov., 1969).

En ese primer número de *El Diario*, aparecía como presidente Jaime Alberto González Ramírez, como vicepresidente Jaime Alberto González Becerra, y un consejo editorial que incluía algunos nombres de prominentes empresarios jaliscienses —entre quienes podrían estar algunos de los “inversionistas” a quienes se refiere Juan López—: Jorge Agnessi, Miguel Aldana Mijares, Jorge Dipp Murad (uno de los iniciadores de *El Occidental*), Jorge Garibay Romanillos, Humberto Hemuda, Ignacio Martínez Rueda, Alberto Varón, Santiago Méndez (sacerdote, rector actual de la Universidad del Valle de Atemajac), Isidro Pessah, Miguel Reynoso, Manuel Ruíz y Víctor Sarquís.

Sin embargo, la versión que recogimos en conversaciones con múltiples periodistas y políticos jaliscienses sobre el origen de *El Diario* es diferente. El capital que ha controlado desde el principio a este periódico, es el de la familia González, originado, entre otros negocios, en el de los bienes inmuebles y en la casa de bolsa que tenía don Primitivo González Sandoval, padre de Jaime A. González Ramírez. Asimismo, se dice que este último acrecentó la fortuna familiar mediante la especulación con terrenos ejidales fraccionados ilegalmente en diversas partes del estado, incluyendo algunos en el sur de Guadalajara. En virtud de que al parecer González Ramírez gastaba mucho dinero en desplegados de prensa defendiendo sus intereses, alguien le aconsejó que estableciera su propio periódico (Arredondo, 1986: 18). Su hijo mayor, Jaime González Becerra, parece haber tenido ciertas inclinaciones periodísticas y ocupó la dirección del diario.

La realidad del origen de *El Diario* podría estar en una intersección entre las dos versiones que acabamos de mencionar, pues aparentemente en un principio sí hubo un cierto proyecto periodístico interesante. Se contrató a algunos intelectuales y periodistas —en su mayoría jóvenes— para reforzar el cuerpo de reporteros y redactores, comandados por Juan

Pablo Rossell, quien había trabajado en *La Prensa*, del Distrito Federal, como jefe de redacción (y director en 1970 del suplemento cultural) y Antonio Lazo de la Vega, que antes estuvo en *El Occidental*, como jefe de información. En *El Diario* trabajaron varios periodistas que hoy se cuentan entre los más experimentados de Jalisco, como Felipe Cobián, Luis Reyes Brambila, Jaime García Elías, Luis Días Tomé y Luis Gutiérrez Esparza, entre otros. Algunos de los periodistas que se insertaron en el nuevo diario habían laborado en el semanario ultracatólico *La Epoca*, y hubo alguno como Salvador Cuevas, de quien se dice que ni en la Universidad Autónoma de Guadalajara soportaron su ideología ultraderechista. Si bien en esos primeros años no se distinguió el periódico por la crítica social o política —de ningún signo—, se dice que habría cierta apertura para el análisis. Al parecer, dado que los señores González lograron conjuntar un buen equipo periodístico, predominaba un intento de periodismo “objetivo”, en términos de la concepción liberal de la objetividad. Por la falta de experiencia de Jaime A. González en el campo, de hecho no había una política editorial definida, dictada por él, sino en todo caso en función de intereses muy específicos de la familia y de no perjudicar a amigos de la misma; en este sentido, salvo aquellas restricciones, los periodistas que trabajaban en *El Diario* gozaban de cierta libertad para desempeñar su trabajo. Sin embargo, muy pronto comenzó la desbandada y muchos de los periodistas se comenzaron a ir, a pesar de que durante los primeros dos años *El Diario* sí parece haber comenzado a tener un relativo éxito como empresa, utilizando el mismo tipo de recursos que García Valseca en *El Occidental* (sorteos) y promoviendo las ventas publicitarias. Lo que complicó la situación del periódico fue un boicot publicitario “oficial” instrumentado desde el Palacio de Gobierno por Alberto Orozco Romero, en virtud de que *El Diario* “destapó” en su lugar a un candidato equivocado del partido oficial, un día antes de ser él “destapado” por el mismo. Por otra parte, Jaime Alberto González Becerra se suicidó posteriormente, por lo que el periódico quedó bajo el control de su padre y de su hermano menor, entonces muy joven, el actual director Luis González Becerra.

Casi desde un principio, los González habían manifestado la inquietud por abrir un vespertino, compañero de *El Diario*, lo que ocurrió hasta 1974, cuando comenzaron a editar *Ultimas Noticias del Diario*. Este periódico tuvo una vida de siete años y al parecer fue cerrado por incosteable. Asimismo, en 1975 establecieron *El Observador* en Tepic, Nayarit, diario que continúa hasta la fecha. En 1978, murió don Jaime Alberto González, quedando Luis González a cargo totalmente de los

periódicos, que se dice no son ni los únicos ni los mejores negocios de la familia, como lo son los bienes raíces. Después de los problemas y reveses de los años setenta, *El Diario* no ha podido recuperarse y constituir una opción real ante los dos "grandes", *El Informador* y *El Occidental*, ni en la atracción a los lectores tapatíos, ni en la competencia publicitaria, ni en el plano propiamente periodístico (de contenido e informativo).

Para un día de mayo de 1987, tomado como muestra, encontramos que de la superficie total *impresa*, casi la mitad (48.7%) contenía unidades redaccionales (información escrita), mientras que solamente el 7.7% contenía publicidad. Esto es de hecho un indicador privilegiado del fracaso rotundo en el plano comercial de *El Diario*. Por otra parte, de la superficie redaccional, 35% lo ocupaban informaciones provenientes de agencias: Notimex, mexicana, daba cuenta del 65% y AFP, francesa, del 35% restante. La misma falta de recursos se traduce en falta de variedad en las fuentes posibles de la información, aunque por otra parte también se puede pensar en una relativa menor dependencia del exterior. Esto también se traduce a la vez en una mayor predominancia de las informaciones sobre México, por un lado, y dentro de éstas, en una mayor proporción dedicada a la capital tapatía, que se puede cubrir tanto por medio de reporteros, como mediante el uso generoso de boletines de prensa. La distribución geográfica de los ámbitos de referencia de las informaciones de *El Diario* se puede observar en el cuadro 3.

Cuadro 3
El Diario
Ambitos Geográficos de Referencia

Ambito	Superficie (cm. cuadrados)	Porcentaje
1. México	11,400	64.7
2. Norteamérica	665	3.8
3. Latinoamérica	939	5.3
4. Europa Occidental	12,530	14.3
5. Países Socialistas	223	1.3
6. Medio Oriente	0	0
7. Asia	443	2.5
8. Africa	0	0
9. Australia	0	0
10. No Especificado	1,426	8.1
Totales	17,626	100.0

De la información sobre México, 46% se refería a la zona metropolitana de Guadalajara, 29.5% a “la nación”, 14% a Jalisco, 6% a México D.F., y solamente un 4% se refería al resto de la provincia mexicana.

Suponemos que en virtud de que se edita con equipo obsoleto, *El Diario* no sólo deja mucho qué desear en su apariencia, sino que es conocido como uno de los periódicos que más “mancha”, pues la tinta se le desprende con la mayor facilidad. Se pueden encontrar cotidianamente en este diario desde faltas de ortografía, hasta omisiones de palabras, frases y párrafos, lo que indica una carencia importante de personal preparado para las labores periodísticas. En este sentido, y dado que se dice que la familia González tiene “mejores negocios”, nos preguntamos la razón por la que continúan sosteniendo al diario. Aunque en el Directorio de *Medios Impresos* de MPM (Mayo, 1988) se reporta un tiraje de 78,000 ejemplares diarios, Televida le calculaba solamente un tiraje de tres mil ejemplares (en *Referencia*, año 2, Núm. 18, 1987). En este caso es difícil pensar en un término medio como tiraje real. En la encuesta realizada recientemente por Salic en la zona metropolitana de Guadalajara, *ninguna* persona de las 451 interrogados señaló *El Diario* como lectura periodística usual.

Ocho Columnas

El periódico *Ocho Columnas* es un claro ejemplo de prensa con un origen y finalidad claramente ideológicos, según el decir de muchos periodistas y observadores de la realidad jalisciense. Pertenece a la Universidad Autónoma de Guadalajara (UAG), conocida por su peculiar pensamiento predominante, con rasgos fascistas e interpretación ultraconservadora de la religión cristiana. Acorde con una visión pragmática de la educación, *Ocho Columnas* nació en 1971, un año después de que comenzara a operar informalmente la escuela de Periodismo y Comunicación Colectiva de la UAG, que se formalizó en 1972 (Sánchez Ruiz, 1986: 34). Fue fundado por Gregorio González Cabral y por Gonzalo Leañó Reyes. Al parecer, de hecho el primer equipo del periódico fue el que el Coronel García Valseca le donó a la UAG, al modernizar a principios de los setenta el de *El Occidental*. En esa medida, aun como periódico estudiantil, *Ocho Columnas* se inició, si no con equipo del más moderno, sí con uno profesional. Durante los primeros seis años, *Ocho Columnas* circuló solamente intramuros, en el *campus* de la universidad, al principio semanalmente, después disminuyendo paulatinamente su periodicidad, hasta que se convirtió en diario⁵.

5. Datos obtenidos directamente.

En 1977, la UAG estableció el Centro de Comunicación Universitaria (CECUN), con el fin de controlar las diversas publicaciones de la universidad, y *Ocho Columnas* fue adscrito a este organismo, del que fue nombrado director Gonzalo Leañó Reyes. Parece ser que el CECUN sería la base de la presencia de la UAG en la sociedad civil jalisciense a través de los medios, pues al año siguiente, el 8 de mayo de 1978, *Ocho Columnas* comenzó ya a circular entre el público de Guadalajara. Al cumplir dos años de haber salido a las calles, se inaugura un moderno equipo King Press, con equipos de fotomecánica y fotocomposición, con capacidad de tiro de hasta 40,000 ejemplares por hora (*Ocho Columnas*, 8 de mayo de 1979). Desde entonces, *Ocho Columnas* ha continuado actualizando su equipo, modernizando a la vez su presentación, con un uso extensivo de la fotografía en color y recursos gráficos novedosos (*Referencia*, año 1, Núm. 10, 1986: 15). Por cierto, entre 1985 y 1986 corrió el rumor de que la NASA, de los Estados Unidos, había proveído al *Ocho Columnas* de "maquinaria de impresión altamente modernizada" (Arredondo, 1986: 19). Esto no sería extraño, pues se sabe que la Universidad Autónoma de Guadalajara ha recibido en muchas ocasiones ayuda no solamente de fundaciones estadounidenses, sino del mismo gobierno norteamericano (Sánchez Ruíz, 1986: 33).

En los últimos años, el *Ocho Columnas* ha hecho grandes esfuerzos por incrementar su participación en el mercado, tanto en la venta de ejemplares al público, como en el de la venta de espacio publicitario. Por un lado, su presentación se ha hecho cada vez más atractiva, con un cierto parecido a la del periódico *Novedades*, después de su respectivo cambio reciente de apariencia. Por otro lado, durante varios años su estrategia de distribución se dice que ha incluido el regalarlo a los voceadores, para que a éstos les quedara el importe total de su venta como ganancia. Además, al parecer también se les obsequia a los estudiantes de la UAG y a sus familias, con lo que se ha ido creando paulatinamente un mercado entre la clase media alta de Guadalajara. En un anuncio reciente del periódico, éste se jacta de ser ya el número tres de la ciudad, y número uno entre la "clase A/B" (clase "media alta y alta"), proporcionando datos de un estudio realizado por una agencia de investigación de mercados (en *Referencia*, año 2, Núm. 17, s/f). Si bien el segmento del mercado al que se refiere el anuncio es una proporción mínima de la población de Guadalajara, por otro lado es la de mayor poder adquisitivo. En la encuesta a que hemos hecho referencia previamente, de Patricia Salic, efectivamente este periódico ocupó el tercer lugar en la preferencia de las 451 personas interrogadas (con 1.8% de ellas manifestando que lo leían), aunque muy

por debajo de los “dos grandes”. Además, *Ocho Columnas* ofrece jugosos descuentos a las agencias de publicidad por colocar en el diario los anuncios de sus clientes, pudiendo las agencias embolsarse el descuento (adicionalmente al 15% que tradicionalmente les corresponde) o trasladarlo a sus clientes (*Referencia*, año 1, Núm. 8, 1986: 13). Todas esas medidas indican el enorme respaldo financiero que hay detrás de este periódico y, además, el hecho de que no importa para la organización su rentabilidad a corto plazo, sino en todo caso incrementar su circulación a toda costa y preparar el terreno para que en un plazo más largo pudiera ser autofinanciable. Sin embargo, parece ser que *sí* está teniendo el *Ocho Columnas* un éxito publicitario real que lo coloca ya por debajo solamente de *El Informador* y de *El Occidental*: 29% del total de su superficie impresa está dedicada a la publicidad, proporción bastante mayor que la respectiva de *El Jalisciense* o de *El Diario*.

Por otra parte, del total de la superficie impresa de *Ocho Columnas*, 27% se dedica a unidades redaccionales (información escrita). A su vez, de esta superficie redaccional, el 31% lo llenan informaciones provenientes de agencias: Ellos firman algunas notas regionales con las siglas OC, que significan “Ocho Columnas” —lo que significaría que hacen labor de agencia—, que llenan el 8% de la superficie informativa de agencias. Dos agencias nacionales proveen de información al *Ocho Columnas*: Notimex, del gobierno federal (34%) y Lemus (8%). Las agencias extranjeras con las que trabaja este diario son: la norteamericana AP (29%) y la francesa AFP (21%). En el cuadro 4 mostramos la distribución de las informaciones de acuerdo a la zona del mundo a que se refieren, en el número de muestra que analizamos.

De las informaciones sobre nuestro país, el 48.4% se refiere a la zona metropolitana de Guadalajara, el 33% es de referencia “nacional”; 11.5% trata sobre el resto de Jalisco, el 5.3% sobre la provincia mexicana (los otros estados), y 1.8% se refiere a la capital de la república.

En la actualidad, el presidente del consejo de administración de *Ocho Columnas* (y aún director general del CECUN) es Gonzalo Leaña Reyes y el director-editor es Rafael Rodríguez López. Se reporta en el Directorio de *Medios Impresos* de MPM (Mayo, 1988) un tiraje de 79,800 ejemplares diarios. Sin embargo, un periodista nos indicaba en 1986 que, a partir de las 45 toneladas que *Ocho Columnas* compraba bimestralmente al monopolio PIPSA, no podía tirar sino a lo más unos 15,000 ejemplares (cfr. Arredondo, 1986: 14).

Cuadro 4
Ocho Columnas
 Ambitos Geográficos de Referencia

Ambito	Superficie (cm. cuadrados)	Porcentaje
1. México	15,174	60.0
2. Norteamérica	1,111	4.4
3. Latinoamérica	917	3.6
4. Europa Occidental	2,377	9.4
5. Países Socialistas	1,222	4.8
6. Medio Oriente	75	0.3
7. Asia	181	0.7
8. Africa	60	0.2
9. Australia	0	0
10. No Especificado	4,175	16.5
Totales	25,292	99.9

En ese año, el diario reportaba exactamente el mismo tiraje que en 1988. Por otra parte, Televida le calculaba para 1987 un tiraje de solamente 8,000 ejemplares diarios (en *Referencia*, año 2, Núm. 18, 1987: 22). Es interesante notar que, a partir de su escuela de ciencias de la comunicación y del CECUN, la Universidad Autónoma de Guadalajara ha ido expandiendo su presencia en el ámbito de la comunicación social: además del *Ocho Columnas*, la UAG ofrece “servicios de comunicación integral” mediante una agencia de producción de video y televisión (TVU) y un Centro de Recursos para la Enseñanza y el Aprendizaje (CREA); adicionalmente, estudiantes y egresados de la UAG tienen acceso a diversos programas del Canal Cuatro regional de Televisa, además de que elaboran la sección local que se inserta en el *Telegula* (también de Televisa) que circula en Guadalajara. Tan se interesan por llevar excelentes relaciones con Televisa, que en junio de 1987 la UAG le otorgó el doctorado *honoris causa* al presidente del consejo de administración del consorcio, Rómulo O’Farrill Jr. (propietario, con Miguel Alemán, del periódico *Novedades*, al que tanto se parece *Ocho Columnas*). En este sentido, la penetración ideológica de la institución, que se dice que es de las más conservadoras en el país (se le atribuyen lazos con guardias blancas derechistas y grupos similares de diversos países del mundo), ha ido creciendo paulatinamente, mientras que grupos autonombrados “progresistas” no han establecido un

proyecto concreto y *continuado* para contrarrestar sus influencias posibles entre la población de la entidad.

El Jalisciense

El más joven de los diarios tapatíos fue establecido el 28 de enero de 1981. Su fundador, Fernando Romo González, no tenía antecedentes periodísticos, salvo el de una revista que había tenido poco antes y que no duró mucho tiempo. Romo González poseía camiones urbanos, fue miembro de la Alianza de Camioneros de Jalisco y tesorero de la línea Oblatos-Colonias. Posteriormente puso una imprenta en Tlaquepaque, la cual constituyó un buen negocio, pues fue de las primeras en el área metropolitana de Guadalajara en introducir el sistema *offset*. Con esa infraestructura, al parecer le nació la inquietud periodística. Se dice que, después del fracaso de su primer intento con la revista, “le quedó el gusanito” y, asesorado por Luis R. Gómez, periodista deportivo, de los fundadores de *El Occidental*, se lanzó a la empresa de establecer *El Jalisciense*.

Desde que nació *El Jalisciense*, se rumora que fue apoyado por el gobernador Flavio Romero de Velazco, sobre lo que no hay más que “pruebas circunstanciales”. Al parecer, además de la asesoría del ya mencionado Luis R. Gómez, Fernando Romo recibió la ayuda del entonces jefe de prensa del Gobierno del Estado, Hector Torres Serratos, para formar el equipo periodístico. Se dice que, de hecho, la ingerencia de Torres Serratos en *El Jalisciense* continuó durante todo el período de gobierno de Romero de Velazco: “sería por buena fe de Fernando Romo, o Torres tenía derecho para ejercer tal ingerencia”, comenta un periodista local. Además, coincide con la terminación del régimen de Romero de Velazco cuando Fernando Romo ya no tuvo recursos para seguir sosteniendo el periódico, que entra en una crisis financiera y tiene que ser vendido. Así, de la misma forma en que no hay pruebas concluyentes de que Luis Echeverría tenga o haya tenido participación directa en el control de la hoy OEM, pero tampoco las hay de que *no la haya tenido*, no hay pruebas de que Romero de Velazco haya tenido ingerencia directa en *El Jalisciense*, pero tampoco las hay de que *no la haya tenido*.

En 1983, la Agencia Mexicana de Información (AMI), de José Luis Becerra López, adquiere el periódico *El Jalisciense*. Becerra López fundó AMI después de que dejó el puesto de jefe de Información y Relaciones Públicas de José López Portillo en 1977, en el que duró escasos dos meses. El servicio informativo de AMI, en un principio, consistió en la venta a periódicos de los estados de las columnas de prestigiados periodistas

como Manuel Buendía y Francisco Martínez de la Vega. Posteriormente, amplió el servicio a la provisión de notas informativas y la representación comercial de los periódicos (venta de publicidad en el Distrito Federal). Después, Becerra comenzó a comprar periódicos en la provincia, hasta haber llegado a una decena, mismos que últimamente ha vendido para poder llevar a cabo el proyecto de *El Diario* de Los Angeles, E.U., que se estableció en 1987. Al parecer, en este momento solamente este último periódico y *El Jalisciense* son propiedad de AMI, aunque tiene 36 afiliados en todo el país a su servicio informativo y de representación comercial.

Recién adquirido *El Jalisciense*, José Luis Becerra invitó a don Armando Morquecho Preciado a dirigirlo, pues conocía el medio jalisciense y había hecho un prestigio periodístico y ligas políticas importantes durante muchos años en *El Occidental*. Morquecho era, en ese momento, diputado local por el PRI y renunció a su curul para ir a dirigir el nuevo periódico. Hubo al parecer cambios en la línea editorial y en la imagen del periódico, cuyos reporteros de la primera época se dice que habían hecho fama de extorsionadores. Se dio una apertura para colaboradores locales, dentro del marco de cierto pluralismo ideológico, lo cual era complementado por las columnas "sindicadas" que envía AMI, como la de Miguel Angel Granados Chapa y otros periodistas nacionales de prestigio. Sin embargo, un proyecto periodístico no puede prosperar si no hay recursos que lo respalden, y la AMI no ha podido canalizar el apoyo suficiente. Por esta razón, *El Jalisciense* no ha podido mantener un equipo periodístico de planta con suficiente calidad y, como en el caso de *El Diario*, su impresión es tan mala que mucha gente no lo compra por los manchones que deja (de los 451 individuos que encuestó a mediados de 1988 Patricia Salic, solamente uno indicó que leía *El Jalisciense*). En 1987, Armando Morquecho dejó la dirección de *El Jalisciense*, misma que fue asumida por el hasta entonces director comercial de AMI, Alfredo Pérez Díaz, hombre de las confianzas de José Luis Becerra. *El Jalisciense* no reporta su tiraje en el Directorio de Medios Publicitarios Mexicanos, pero en 1985 se nos informó en el propio diario que era de 15,000 ejemplares diarios (Arredondo, 1986: 14). Sin embargo, Televida le calculaba para principios de 1987 un tiraje de 2,000 ejemplares.

De su superficie total impresa, en un día de 1987, *El Jalisciense* dedicaba apenas un 10% a la publicidad, por un 65% a la información

escrita (el resto lo ocupaban fotos, superficie administrativa, espacios en blanco, etc.). De la superficie redaccional, el 31% provenía de agencias: De las mexicanas Notimex (38%) y AMI con sus columnas sindicadas (22%) y de la norteamericana AP (40%). El cuadro 5 muestra la distribución de la superficie informativa de *El Jalisciense*, en términos de los ámbitos geográficos de referencia.

Cuadro 5
El Jalisciense
Ambitos Geográficos de Referencia

Ambito	Superficie (cm. cuadrados)	Porcentaje
1. México	18,373	79.5
2. Norteamérica	824	3.6
3. Latinoamérica	1,697	7.3
4. Europa Occidental	1,460	6.3
5. Países Socialistas	355	1.5
6. Medio Oriente	0	0
7. Asia	0	0
8. Africa	0	0
9. Australia	0	0
10. No Especificado	388	1.7
Totales	23,107	99.9

La información sobre nuestro país se distribuía de la siguiente manera: 39.4% era de carácter "nacional"; 35%, sobre la zona metropolitana de Guadalajara y 18% sobre el resto de Jalisco; acerca de la provincia, 5.2% y finalmente, sobre el D.F. el 2.2%.

Será interesante esperar si habrá finalmente un impulso periodístico y mercadotécnico definitivo para este periódico, que forma parte de una agencia-cadena de dimensiones nacionales que está ya expandiéndose allende del Río Bravo.

La prensa de Guadalajara

Hemos pasado revista, muy a vuelo de pájaro, al desarrollo en Guadalajara de un medio de difusión que aún es muy importante, a pesar de los desarrollos enormes de los medios electrónicos. Si bien el periodismo de

Guadalajara no agota el del estado de Jalisco, por el centralismo que caracteriza a nuestro país y que se duplica y reproduce al interior de nuestro estado, si es el más representativo de Jalisco. Asimismo, la prensa diaria no agota tampoco al fenómeno, pero sí se puede afirmar que es la más importante e influyente. Trabajos posteriores deben continuar desvelando la historia regional de la prensa, relacionándola con los desarrollos económicos, políticos y culturales de la entidad, para comprender mejor su funcionamiento social. Además de los periódicos y publicaciones locales, será necesario analizar el lugar y el papel de la prensa llamada "nacional" (las publicaciones que llegan de la ciudad de México) en nuestro entorno inmediato. Es mucho lo que queda por investigar, analizar e interpretar de la historia económica, política, cultural y social de los medios en nuestro estado y estos apuntes no intentan ser sino un pequeñito grano de arena en esta gigantesca tarea que, afortunadamente, ya se está realizando en diversos lugares.

Por el momento, nos hemos dado cuenta de que los principales periódicos de Guadalajara han surgido a partir de diversos intereses particulares y de diferentes fracciones de la clase "empresarial". No siempre ha habido un proyecto periodístico claro y concreto, como tampoco ha habido siempre un proyecto comercial y mercadotécnico. Solamente los "dos grandes" -*El Informador* y *El Occidental*- parecen tener mayor éxito comercial, mientras que el resto parece necesitar algún tipo de subsidio para subsistir, o sacrificar la calidad de la información para hacerlo. De los seis diarios que hemos tratado, en la actualidad la mitad son controlados directamente desde la ciudad de México, mientras la otra mitad pertenece a grupos diversos de la localidad. Un estudio posterior más pormenorizado nos indicará cómo se insertan todos ellos dentro de las estructuras de poder locales y nacionales, qué dicen, así como qué callan, y en esa medida a qué intereses concretos sirven. Lo que sí parece ser un hecho, es que el periodismo impreso jalisciense no se puede caracterizar por una postura crítica, sino que, en formas y con estilos diversos, se puede decir que la prensa diaria de Guadalajara es conservadora en sus líneas generales y oficialista en la medida en que su relación con el poder político va desde la ambigüedad hasta la cordialidad, pero nunca pasa por la crítica consistente y abierta. De igual forma se puede decir que la prensa diaria de Guadalajara no se enfrenta a ningún otro factor de poder (el clero, los empresarios, etc.), sino en todo caso en episodios aislados y poco significativos. Hay un cierto consenso entre quienes entrevistamos para realizar este trabajo en que la prensa tapatía es básicamente "respetuosa" de todo grupo de poder significativo en la entidad y en el país. Con respecto

a la prensa nacional, Fátima Fernández (1982:19) la caracterizaba durante los setentas como *oficialista*, en virtud de una falta general de "críticas y sugerencias a los proyectos de nación", a diferencia de nuestra prensa decimonónica, fundamentalmente *partidista*, cuando el país se encontraba en búsqueda de un modelo de organización política. Sin embargo, ya desde la segunda mitad de los setentas se nota un movimiento hacia un periodismo más crítico y comprometido, especial -aunque no únicamente- en la capital del país (Secanella, 1982). Pero al parecer, por lo menos en lo que respecta al periodismo impreso diario de Guadalajara, nosotros todavía no comenzamos esa transición.

Recientemente, se han iniciado un par de periódicos semanales que suponen intentos de un periodismo más fresco. Por una parte, *Paréntesis*, de un grupo de jóvenes que intentarían realizar un periodismo más vigoroso y crítico que el que se acostumbra en la región. Por otra parte *Por Escrito*, del grupo Radio Comerciales, que cuenta con una infraestructura y una experiencia importantes en el periodismo radiofónico en su agencia Notisistema. Los dos grupos mantienen suficiente distancia por lo menos del gobierno, siendo el primer periódico más cargado hacia la opinión, mientras que el segundo presenta un componente mayor de información. De la misma manera, cuando estas líneas se escriben se ha anunciado la aparición de otros semanarios, como *Diez*, que ya tuvo una efímera existencia a principios de esta década. Pero es muy pronto para saber si estas nuevas publicaciones traerán una mayor vida periodística a nuestra región, o si estamos condenados a tener un periodismo comercial y/o amarillista y/o oficialista y/o parroquial y/o anodino.

Bibliografía

- Aguilar Plata, Blanca (1983): "1986: De *El Imparcial* a la Revolución", en *Connotaciones*, núm. 4. México: Editorial El Caballito/AMIC.
- Arredondo Ramírez, Pablo (1986): *Los Medios de Comunicación en Jalisco*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara (Cuadernos de difusión científica, núm. 3).
- Cordero y Torres, Enrique (1974): "Nacimiento de la Cadena García Valseca (1943-1968)", en Ma. del Carmen Ruiz Castañeda et al: *El Periodismo en México: 450 Años de Historia*. México: Editorial Tradición.
- Delgado Castro, Manuel et al (1981): "Análisis de la prensa en Guadalajara: La ideología de los editoriales de cuatro periódicos", en *Publicaciones de Ciencias de la Comunicación*, núm. 4, Sept. (ITESO).
- Fernández Christlieb, Fátima (1982): *Los Medios de Difusión Masiva en México*. México: Juan Pablos Editor.
- González Casillas, Magdalena (1986): *Voces de Guadalajara 1910-1920*. Guadalajara: Ayuntamiento de Guadalajara.

- Granados Chapa, Miguel Angel (1986): *Examen de la Comunicación en México*. México: Ediciones El Caballito.
- Iguíniz, Juan B. (1955): *El periodismo en Guadalajara, 1809-1915* (Dos Tomos). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Iguíniz, Juan B. (1981a): "La imprenta en Guadalajara en la época colonial", en J. Ma. Muriá et al (comps.): *Lecturas Históricas de Jalisco. Antes de la Independencia*, T. II. Guadalajara, UNED.
- Iguíniz, Juan B. (1981b): "Las artes gráficas en Guadalajara", en Muriá et al (comps.): *Lecturas Históricas de Jalisco. Después de la Independencia*, T. II. Guadalajara: UNED.
- Lomelí, Victor Hugo (1965): "Origen del Periodismo en Jalisco", en *El Informador*, 14 de febrero.
- Martín del Campo, Ma. de la Luz (s/f): Avances de investigación de tesis en proceso: *El periodismo en Guadalajara 1917-1940*. Guadalajara, manuscrito inédito.
- Olveda, Jaime et al (1985): *La Prensa Jalisciense y la Revolución*. México: INAH.
- Ruíz Castañeda, Ma. del Carmen (1974): "El Periodismo Colonial", en Ma. del Carmen Ruíz Castañeda et al: *El Periodismo en México: 450 Años de Historia*. México: Editorial Tradición.
- Sánchez Ruiz, Enrique E. (1986): *La Enseñanza y la Investigación de la Comunicación en Latinoamérica, en México y en Jalisco*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara (Cuadernos de difusión científica, núm 5).
- Secanella, Petra Ma. (1982): *El Periodismo Político en México*. México: Ediciones Prisma.
- Trejo Delarbre, Raúl (1985): *Las Agencias de Información en México*. México: UAM-Xochimilco (Reporte de Investigación).
- Vázquez Cisneros, Pedro (1948): *Informe sobre la muerte del Occidental. Fue arteramente asesinado*. Documento inédito.
- Voght, Wolfgang y Celia del Palacio (1987): *Jalisco desde la Revolución, T. VIII (Literatura y Prensa)*. Guadalajara. Gobierno del Estado de Jalisco/Universidad de Guadalajara.
- Zuno, José Guadalupe (1981): "La Revolución se anuncia", en Muriá et al (comps.): *Lecturas Históricas de Jalisco. Después de la Independencia*, T. II. Guadalajara: UNED.