

Tres coyunturas que modificaron la estructura de propiedad de la prensa y la televisión durante los gobiernos panistas en Jalisco

JUAN S. LARROSA-FUENTES

El análisis que contiene este capítulo tiene por objetivo entender las transformaciones del sistema de propiedad de la prensa y la televisión en Jalisco durante los gobiernos del Partido Acción Nacional (PAN). A lo largo de 18 años las redes de comunicación desempeñaron un papel relevante en la vida pública del estado, participaron en los procesos de construcción de poder y sufrieron transformaciones estructurales en términos políticos y económicos. ¿Cómo se pueden entender esas transformaciones del sistema de comunicación local desde un plano político? ¿Qué papel cumplieron los gobiernos panistas en el desarrollo de la estructura de propiedad de este sistema de comunicación? ¿Bajo qué relaciones de poder político se desarrollaron las transformaciones en la prensa y la televisión?

Una vía para responder a estas preguntas se construye a través de la identificación y el análisis de coyunturas históricas que marcan una modificación en la organización política del sistema de comunicación. Entre 1995 y 2013 hay tres coyunturas que sintetizan las transformaciones históricas de la prensa y la televisión local. El que sigue es un ensayo académico, dividido en tres secciones, que da cuenta de la concentración de la propiedad y el control de los medios de comunicación en Jalisco durante los 18 años de gobiernos panistas. En la primera parte hay un análisis cuantitativo sobre los cambios en la estructura de propiedad de la prensa y la televisión en Guadalajara. La segunda parte se trata el desarrollo de tres coyunturas históricas que marcaron la relación entre los poderes públicos y los medios de comunicación y que influyeron en los cambios de la estructura del sistema comunicativo. Finalmente, en la tercera parte aparecen las conclusiones del ensayo.

TRASFORMACIONES EN LA ESTRUCTURA DE PROPIEDAD DE LA PRENSA Y LA TELEVISIÓN¹

Cuando el PAN llegó al poder en 1995, en Guadalajara se podían sintonizar siete canales de televisión y leer ocho diarios generalistas.² Las televisoras y los periódicos que pertenecieron

1. En este recuento hace falta un análisis sobre la radio, así como de la televisión satelital y por cable. Hasta donde yo he podido investigar, no existe información pública para completar esta tarea. Sin duda, esta laguna informativa constituye un pendiente en la investigación de la historia de los medios jaliscienses.
2. Por diarios generalistas me refiero a aquellos periódicos cuyo contenido aborda diversos temas. Estos periódicos están arreglados en secciones que tratan acontecimientos locales, nacionales, internacionales, económicos, deportivos, culturales, de seguridad pública, entre otros. De este recuento se excluyen periódicos deportivos, policiales y financieros, es decir, aquellos rotativos cuya línea editorial tiene una temática en particular, contrario a un contenido *general*.

a este sistema de comunicación se caracterizaron por ser empresas familiares y organizadas bajo la lógica del capital privado. El Canal 7, propiedad del gobierno del estado de Jalisco, fue el único medio de comunicación de carácter público que en aquel tiempo estuvo en operaciones.

Como se puede observar en la tabla 7.1, Televisa fue el consorcio dominante con cuatro canales de televisión, seguido por Televisión Azteca con dos. Ambas empresas de televisión eran propiedad, respectivamente, de las familias Azcárraga y Salinas Pliego. Es decir, ninguno de los canales de televisión privados pertenecieron a capitalistas locales.

En la industria de periódicos la situación fue inversa: en 1995 todos los diarios pertenecieron a empresarios locales, a excepción de *El Occidental*, que era parte de la Organización Editorial Mexicana, del empresario Mario Vázquez Raña. De todos los medios de comunicación que estaban en operación en Guadalajara cuatro se producían en la ciudad de México y el resto tenían una manufactura local.

Más de tres lustros después, en 2013, la estructura de propiedad de la prensa y la televisión cambió notablemente. Con respecto al número de unidades, el sistema de comunicación apenas varió, pues pasó de tener quince a dieciséis medios de comunicación. Sin embargo, en 2013 había más canales de televisión y menos periódicos que en 1995 (véase la tabla 7.2).

En cuanto al tipo de propiedad aumentaron los medios públicos, ya que de existir solamente uno en 1995 comenzaron a operar Canal 44 y Once TV, dos televisoras universitarias que se sumaron a la oferta programática local. El sistema de televisión siguió controlado por empresas privadas y bajo una estructura duopólica encabezada por Televisa que poseía seis canales de televisión y Televisión Azteca, con dos canales de televisión.

En la industria de la prensa hubo transformaciones más importantes, pues de los periódicos que existían cuando llegó el PAN al poder solamente sobrevivieron *El Informador* y *El Occidental*. El resto de los diarios desaparecieron en el camino. Durante este periodo fue notoria la incorporación de grupos empresariales de otras partes del país, especialmente de Monterrey, como *Milenio Jalisco* (Grupo Milenio), *Mural* (Grupo Reforma) y *Reporte Índigo*. Luego de casi veinte años, la estructura de propiedad del sistema de periódicos se nacionalizó, pues pasó de ser un sistema producido por capitalistas locales a un sistema en donde solamente *El Informador* era producido por capital local.

Finalmente, otra transformación relevante y que se desprende de todas las anteriores tiene que ver con la geografía de la producción de los contenidos mediáticos que circularon en el sistema de comunicación de Guadalajara. En 1995 era muy clara la diferencia entre los medios producidos localmente (80%) y aquellos producidos de forma nacional (20%). Sin embargo, en 2013 solamente cinco medios de comunicación (31%) tenían una producción netamente local. El resto de los medios fueron producidos nacionalmente o a través de una combinación entre la producción nacional y local, como fue el caso de *Milenio Jalisco*, *Mural*, *La Jornada Jalisco*, *El Occidental* y *Reporte Índigo*, periódicos que se imprimían localmente, pero cuya información era producida mayormente en otras ciudades de México.

TABLA 7.1 CANALES DE TELEVISIÓN Y PERIÓDICOS GENERALISTAS EN GUADALAJARA, 1995

Nombre	Tipo de medio	Tipo de propiedad	Grupo	Nivel de producción
Azteca 13	Televisión	Privada	Azteca	Nacional
Azteca 7	Televisión	Privada	Azteca	Nacional
Canal 5	Televisión	Privada	Televisa	Nacional
Canal de las estrellas	Televisión	Privada	Televisa	Nacional
Estación 4	Televisión	Privada	Televisa	Local
TVT Canal 2	Televisión	Privada	Televisa	Local
Canal 7	Televisión	Pública	Gobierno	Local
<i>El Informador</i>	Prensa	Privada	No pertenece	Local
<i>El Occidental</i>	Prensa	Privada	OEM	Local
<i>Siglo 21</i>	Prensa	Privada	No pertenece	Local
<i>Ocho Columnas</i>	Prensa	Privada	No pertenece	Local
<i>Tiempo de Jalisco</i>	Prensa	Privada	No pertenece	Local
<i>Por Escrito</i>	Prensa	Privada	Unidifusión	Local
<i>El Jalisciense</i>	Prensa	Privada	No pertenece	Local
<i>Diario de Guadalajara</i>	Prensa	Privada	No pertenece	Local

TABLA 7.2 CANALES DE TELEVISIÓN Y PERIÓDICOS GENERALISTAS QUE OPERABAN EN GUADALAJARA EN 2013

Nombre	Tipo de medio	Tipo de propiedad	Grupo	Nivel de producción
1. Azteca 13	Televisión	Privada	Azteca	Nacional
2. Azteca 7	Televisión	Privada	Azteca	Nacional
3. Canal 5	Televisión	Privada	Televisa	Nacional
4. Canal de las estrellas	Televisión	Privada	Televisa	Nacional
5. Galavisión	Televisión	Privada	Televisa	Nacional
6. Estación 4	Televisión	Privada	Televisa	Local
7. TVT Canal 2	Televisión	Privada	Televisa	Local
8. C7	Televisión	Pública	Gobierno	Local
9. Canal 44	Televisión	Pública	UDG	Local
10. Once TV	Televisión	Pública	Politécnico	Nacional
11. <i>El Informador</i>	Prensa	Privada	No pertenece	Local
12. <i>Milenio Jalisco</i>	Prensa	Privada	Grupo Milenio	Local / Nacional
13. <i>Mural</i>	Prensa	Privada	Grupo Reforma	Local / Nacional
14. <i>La Jornada Jalisco</i>	Prensa	Privada	La Jornada	Local / Nacional
15. <i>El Occidental</i>	Prensa	Privada	OEM	Local / Nacional
16. <i>Reporte Índigo</i>	Prensa	Privada	No pertenece	Local / Nacional

ADIÓS A EL JALISCIENSE Y EL DIARIO DE GUADALAJARA: TRUENA EL MODELO DE SUBORDINACIÓN

Durante buena parte del siglo XX el sistema político mexicano se caracterizó por tener ciertos rasgos autoritarios, condensados en el poder que generó la hegemonía de un partido de Estado durante más de setenta años. Este sistema político engendró un modelo en el que los medios de comunicación estaban subordinados ante estas estructuras autoritarias de poder (Carreño Carlón, 2000; Hughes, 2009; Lawson, 2002; Orme, 1996). A lo largo de estos años el sistema de televisión estuvo controlado por Televisa, un monopolio al servicio del gobierno mexicano. En el caso de la radio y la prensa, aunque la estructura de propiedad no estuvo tan concentrada y existió una mayor pluralidad mediática, el modelo también fue de subordinación. En este periodo fue común que los medios de comunicación publicaran acríticamente la información que el gobierno producía y a cambio recibían diversas compensaciones económicas.

Cuando el PAN tomó las riendas del estado de Jalisco se topó, entre otras cosas, con este complicado y apolillado modelo de subordinación de los medios de comunicación ante la administración pública. Quienes llegaron al poder en Jalisco se percataron que las administraciones anteriores habían trasladado una gran cantidad de recursos económicos hacia periódicos, revistas, radiodifusoras y televisoras. Estos recursos económicos se utilizaban para comprar materiales de producción, para el pago de los salarios de los periodistas o terminaba en los bolsillos de los empresarios mediáticos. Además, este flujo de dinero era completamente discrecional y no había ningún tipo de marco jurídico que regulara estas transacciones.

Como bien lo expone María Elena Hernández en el capítulo 6 del presente libro, las primeras administraciones panistas buscaron romper con el flujo discrecional de recursos públicos hacia los medios de comunicación. La expectativa que generó la llegada de un nuevo partido político al poder en Jalisco fue grande y para los nuevos gobernantes resultó primordial crear un contraste con los modos autoritarios del sistema político priista. Una de las banderas históricas del panismo, y del pensamiento liberal en general ha sido la defensa de la libertad de expresión y la lucha en contra de la corrupción política. Por ello no resulta extraño que el panismo haya decidido emprender una batalla en contra de las relaciones poco democráticas entre los medios de comunicación y los poderes públicos del estado.

Una coyuntura que marcó esta batalla ocurrió el 19 de abril de 1995, cuando el ayuntamiento de Guadalajara, encabezado por el panista César Coll Carabias, dio a conocer una lista con los nombres de reporteros que cobraban su sueldo a costa del erario público. Además, se publicaron los montos económicos que distintos medios de comunicación recibían por concepto de publicidad oficial y gacetillas. *El Informador* publicó que el tesorero de Guadalajara, Óscar García Manzano y Pérez Mújica, dio

[...] a conocer la auditoría que en el área de Comunicación Social, realizó de los tres últimos meses de la administración anterior (los primeros tres meses del año), porque dijo, era necesario saber el destino de los recursos municipales ya que el presidente César Coll y él, serían corresponsables del mismo al rendir la cuenta pública y aclaró que el actual Gobierno Municipal no subsidiará a nadie (*El Informador*, 1995).

La auditoría destacaba que periódicos como *Siglo 21* y *Ocho Columnas* habían cobrado cheques provenientes de recursos públicos. Estos periódicos

[...] tenían una especie de subsidio (“pagarle a un medio por algo que no va a hacer”) en el Ayuntamiento de Guadalajara. El primero facturó sólo este año, 275,000 nuevos pesos a cuenta de publicidad que no se ha hecho efectiva, mientras que el segundo tiene dos facturas por N\$ 22,000.00 que nada ampara y sólo tiene el concepto de “servicios periodísticos” (*El Informador*, 1995).

En la lista había 61 nombres de periodistas y medios de comunicación que eran parte del “Padrón de Prensa Independiente”, a través del cual las administraciones priistas repartían los subsidios económicos.

Con estas revelaciones 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. Los medios de comunicación de ese entonces funcionaban, literalmente, como un apéndice de los gobiernos estatal y municipales. La autonomía y la independencia periodística resultaban prácticamente imposibles bajo este esquema. Fue así como Alberto Cárdenas Jiménez, quien encabezaba los gobiernos panistas, cortó de tajo los subsidios discrecionales a los medios de comunicación. La consecuencia natural de esta acción fue que muchos medios, especialmente impresos, cerraron sus puertas y dejaron de operar. En particular, desaparecieron dos periódicos que dependían, casi en su totalidad, de los recursos económicos y políticos del gobierno jalisciense: *El Diario de Guadalajara* y *El Jalisciense* (Larrosa-Fuentes, 2012: 102-108; Romero, 2001: 230-233).

Con la desaparición de estos periódicos ocurrió el primer ajuste importante en la estructura de propiedad y control de los medios de comunicación, lo que tuvo como consecuencia, a la postre, el desmantelamiento del modelo de subordinación prevaleciente en el sistema autoritario. Sin embargo, los cambios que impulsó el PAN en sus relaciones con los medios de comunicación carecieron de una estrategia bien planeada e instrumentada que se tradujera en una política pública al respecto. El corte de subsidios no fue ordenado ni transparente, por el contrario, fue discrecional. Esto generó que, años más tarde, apareciera un nuevo modelo de relación de la prensa con el poder público: el de colusión.

LAS ELECCIONES INTERMEDIAS DE 2003: DESARROLLO DEL MODELO DE COLUSIÓN

La alternancia partidista y los cambios estructurales de la economía mexicana, la cual vivía una apertura neoliberal de sus mercados, generaron un escenario inédito en el sistema de comunicación jalisciense. Por una parte, la nueva administración panista soltó muchos de los hilos que hasta entonces habían atado a los medios de comunicación con los gobiernos estatales. Por otro lado, las industrias periodísticas comenzaron a reponerse de la dura crisis económica de 1994. Esta recuperación se debió, principalmente, a la ampliación del mercado publicitario que trajo la incorporación de nuevas empresas en la economía mexicana (Hughes, 2009: 62).

En la segunda mitad de la década de los noventa dejaron de circular *El Diario de Guadalajara*, *El Jalisciense* y *Siglo 21*, así como otras publicaciones de menor tamaño como *Por Escrito* y *El Tiempo de Jalisco*, lo cual abrió la posibilidad de que nuevos diarios se integraran al mercado local. Este escenario fue aprovechado por empresarios regiomontanos, quienes decidieron colocar parte de sus capitales económicos en territorio jalisciense, pues observaron que el estado tenía un buen mercado publicitario, así como las condiciones políticas para el desarrollo de nuevos diarios.

La primera corporación periodística regiomontana en llegar a Guadalajara fue Grupo Reforma, el cual en 1997 puso a circular un semanario llamado *Jalisco* y que fue una suerte de prueba piloto de lo que después sería un proyecto más amplio (Hernández Ramírez, 2010: 79). Luego de un año de trabajo Grupo Reforma puso a circular el diario *Mural* el 20 de noviembre de 1998, y siete años después, en 2005, el tabloide policial *Metro*.

Un año después del arribo de Grupo Reforma a Guadalajara otro consorcio periodístico de Monterrey llegó a la capital jalisciense. Desde 1993 Grupo Multimedios había comenzado a planear su expansión del norte hacia la capital del país, pero la crisis de 1994 detuvo sus planes por un par de años. Cuando el panorama económico comenzó a mejorar Grupo Multimedios retomó sus planes de expansión y encontró que *Público*, un periódico que recientemente había nacido de la escisión del diario *Siglo 21*, estaba buscando inversionistas que apuntalaran sus finanzas. En 1998 Grupo Multimedios compró una parte de *Público* y años más tarde se hizo de la totalidad de las acciones de la empresa. El periódico se llamó *Público Milenio* y en 2011 cambió su nombre a *Milenio Jalisco*.

Fue así como dos periódicos de origen regiomontano comenzaron a pelear los mercados de publicidad y lectores de Guadalajara. La batalla periodística fue bautizada como “la guerra de cabritos”, en alusión a la gastronomía de Monterrey (Rico Tavera, 1999). Este enfrentamiento empresarial transformó el sistema de comunicación, pues en unos cuantos años salieron del mercado seis proyectos periodísticos de inversionistas tapatíos: *Por Escrito*, *El Tiempo de Jalisco*, *El Diario de Guadalajara*, *El Jalisciense*, *Siglo 21* y la versión no corporativa de *Público*. Durante los siguientes años la incorporación de capitales nacionales a la estructura de control y propiedad de los medios fue una constante: en 2005 llegó *La Jornada Jalisco* con capital michoacano y en 2012 *Reporte Índigo Guadalajara*, con capital regiomontano.

Según diversos periodistas y editores, entre 1998 y 2003 existieron condiciones favorables para realizar un periodismo crítico y con independencia de los poderes públicos, especialmente en el sector de la prensa escrita (Larrosa-Fuentes, 2012). Durante estos años hubo competencia entre distintos periódicos, el gobierno del estado mantuvo una sana distancia con los medios de comunicación, se redujeron significativamente los subsidios discrecionales y los empresarios encontraron un mercado publicitario en pleno desarrollo y dispuesto a financiar sus productos periodísticos. A lo largo de este periodo prevaleció lo que Sallie Hughes ha conceptualizado como modelo de mercado, que es un modelo “autónomo en relación con el Estado en tanto que poder político, pero no de los anunciantes” (2009: 33). Sin embargo, este breve periodo de bonanza financiera y periodística concluyó por factores económicos. Luego del ataque a las Torres Gemelas en septiembre de 2001 los mercados financieros globales entraron en una crisis que se agudizó en 2002. Los sectores inmobiliario, automotriz y bancario sufrieron fuertes pérdidas económicas y, entre otras medidas, deci-

dieron retirar sus inversiones publicitarias de los periódicos mexicanos (Falcón, 2009), así como de muchos otros medios de comunicación en el mundo (Mejía Picón, 2009).

Esta nueva crisis económica abrió la puerta para que la prensa volviera a recibir dinero público. Sin embargo, las condiciones políticas de 2003 ya no eran las de 1994. El partido político que repartía dinero discrecionalmente ya no estaba en el poder y la mayor parte de los periodistas de la ciudad habían dejado de cobrar dinero en las dependencias públicas. La coyuntura clave de este proceso ocurrió en las elecciones intermedias de 2003, cuando un grupo de periodistas decidió reanudar el modelo de subordinación ante los bajos sueldos y las malas condiciones laborales. Estos periodistas se pusieron al servicio de diversos partidos políticos y funcionarios públicos. El trato era que, si empezaba a fluir el dinero, los periodistas se encargarían de publicar notas favorables a los políticos en los distintos periódicos de Guadalajara. Algunos políticos y periodistas aceptaron el trato y el dinero comenzó a fluir. Sin embargo, cuando los dueños de los periódicos se percataron de la situación decidieron tomar cartas en el asunto y acordaron que las relaciones con el poder político serían operadas cupularmente. A diferencia del modelo anterior, en el que los periodistas negociaban directamente con las fuentes políticas, en el nuevo modelo las negociaciones se realizaron directamente entre las oficinas de mercadotecnia de los consorcios mediáticos y las diversas instancias del aparato gubernamental. A partir de entonces se configuró un modelo de colusión, en el que, dependiendo de la circunstancia, la prensa operó de forma independiente a los poderes públicos o en franca colusión con ellos. El modelo de colusión ocurre cuando el sistema de comunicación y el gobierno tienen intereses políticos y económicos en común, por lo que tienden a imbricarse y por tanto a coludirse (Orme, 1996).

Las transformaciones que impulsó el gobierno de Alberto Cárdenas Jiménez en materia de comunicación social, así como de relación con la prensa, hicieron suponer que se construiría un trato democrático entre los poderes públicos y los empresarios de las industrias comunicativas. En el modelo de subordinación los priistas exigían una línea editorial única y monolítica; a cambio subsidiaban a las empresas y a los periodistas. En el modelo de colusión los gobiernos panistas compraban publicidad oficial de forma discrecional, a cambio de suavizar las críticas al gobierno. Fue así como ante una crisis el modelo de relación entre la prensa y el poder se volvió a transformar, y el “escenario inédito” para hacer periodismo que marcó los inicios del panismo terminó en el olvido. La alternancia panista sirvió para depurar el anquilosado y corrupto sistema de periódicos de Guadalajara. Sin embargo, años más tarde, los gobiernos panistas simplemente actualizaron el viejo modelo de relaciones entre la prensa y los poderes públicos; un modelo, por cierto, muy alejado de los valores liberales de un partido como los que dice profesar Acción Nacional.

EL GRUPO UNIVERSIDAD Y UN PROYECTO NEOLIBERAL DE INDUSTRIAS CULTURALES

Hasta la década de los noventa la radiodifusión pública en Jalisco estuvo sustentada por Radio Universidad de Guadalajara y la XEJB, estaciones de radio que daban un servicio metropolitano y que competían en contra de un centenar de radios comerciales que transmitían contenidos en la amplitud modulada (AM) y la frecuencia modulada (FM). No había televisoras públicas y la oferta televisiva estaba constreñida a los canales de Televisa y al semiin-

dependiente Canal 6 (Arredondo Ramírez, 1986). En 1991 comenzó a operar el Canal 7, que marcó el nacimiento del primer canal de televisión público en Jalisco, así como el nacimiento de lo que después se conocería como el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRT).

El SJRT tuvo un desarrollo técnico importante durante las administraciones panistas, especialmente a partir de 2001, cuando Samuel Muñoz se hizo cargo de la dirección de C7, y que después, en 2007, fungió como director de todo el sistema. Bajo la administración de Muñoz el sistema vivió un proceso de profesionalización técnica, lo cual elevó la calidad y el número de producciones radiofónicas y televisivas. Además amplió su cobertura, con lo cual más personas tuvieron acceso a estos contenidos (Pérez Vega, 2012). No obstante, en donde poco pudo avanzar fue en su autonomía frente al gobierno del estado. Los noticiarios, por ejemplo, nunca llegaron a tener una línea editorial independiente de los poderes públicos; tampoco ejercieron influencia en la agenda mediática local. Durante las administraciones panistas el SJRT se profesionalizó, pero en la práctica fue parte del sistema de comunicación social de los gobiernos en turno. En resumen, los gobiernos del PAN no concibieron el desarrollo de la radiodifusión pública y de la comunicación social como elementos centrales en sus políticas de gobierno.

Sin embargo, los medios públicos en Jalisco sí tuvieron un importante desarrollo durante los 18 años de gobiernos panistas. Por ello, la tercera coyuntura que condensa parte de las transformaciones en la organización política de la estructura de comunicación de Jalisco ocurrió el 27 de diciembre de 2010 cuando la entonces Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) aprobó una concesión pública para que la Universidad de Guadalajara pudiera transmitir una señal de televisión a través del canal 44 en la banda UHF (Cervantes Vidrio, 2011). Con la aprobación de esta concesión la Universidad de Guadalajara se convirtió en la única organización de Jalisco con un sistema de comunicación multimedia compuesto por *La Gaceta Universitaria*, una red de ocho radiodifusoras distribuidas en las distintas regiones del estado y un canal de televisión abierta.

A finales de la década de los ochenta y principios de los noventa la Universidad de Guadalajara comenzó a desarrollar un complejo y ambicioso proyecto de industrias culturales, que incluyó la creación de una de las redes de comunicación más grandes del estado de Jalisco. A lo largo de dos décadas la Universidad de Guadalajara echó mano de recursos públicos para construir la infraestructura necesaria para sus proyectos culturales: compró equipos tecnológicos para realizar transmisiones de radio y televisión, remodeló el Teatro Diana y erigió el Auditorio Telmex y la Biblioteca Pública Juan José Arreola, por mencionar algunos ejemplos. Además, creó mercados culturales de orden nacional y global. Los ejemplos más sobresalientes son la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, la más importante de su tipo en Hispanoamérica, y el Festival Internacional de Cine de Guadalajara, un espacio relevante para el comercio cinematográfico en América Latina.

Dentro de este gran proyecto cultural la Universidad de Guadalajara también apostó por el desarrollo de medios de comunicación. En 1997 echó a andar la *Gaceta Universitaria*, un tabloide semanal que se distribuyó en los distintos centros universitarios, así como a través de un encarte en periódicos como *Público*, *Mural* y actualmente *El Informador*. En la radiodifusión es donde la universidad dio su mayor avance. En el año 2000 creó una red de radiodifusoras en los municipios de Ameca, Ciudad Guzmán, Puerto Vallarta, Autlán,

Colotlán, Ocotlán y Lagos de Moreno. En 2011 comenzó a transmitir un señal de televisión abierta a través del Canal 44 y en 2012 se creó el Sistema Universitario de Radio y Televisión.

La Universidad de Guadalajara se incorporó a un sistema de medios de comunicación que históricamente había sido controlado por empresas privadas, locales y de corte familiar. El sistema de radiodifusión de la universidad adquirió notoriedad política durante las administraciones panistas, pues participó activamente en la construcción de la agenda pública y periodística del estado. Aunque Radio Universidad de Guadalajara y Canal 44 nunca han tenido un alto *rating* en sus transmisiones, la audiencia de ambos medios de comunicación estuvo compuesta por élites políticas y culturales de Jalisco, lo cual permitió a la universidad desempeñar un papel relevante durante coyunturas políticas como la cobertura de las distintas elecciones locales. A través de su carácter de “autónoma”, la universidad pudo justificar la falta de consejos editoriales de sus programas radiofónicos y televisivos, la transparencia en la selección y construcción de sus barras programáticas, así como transparencia en el uso de sus recursos económicos.

Para finalizar, es importante señalar que todo el desarrollo de las industrias culturales fue impulsado por un grupo político que operó y dominó la Universidad de Guadalajara durante los 18 años de gobiernos panistas. Este bloque político, conocido como el Grupo Universidad, estuvo encabezado por Raúl Padilla López y fungió como un fuerte contrapeso político de las administraciones de Francisco Ramírez Acuña y Emilio González Márquez. A lo largo de casi veinte años la Universidad de Guadalajara y el Gobierno del Estado se disputaron recursos públicos y posiciones de poder dentro de la administración pública. Por ello, la estructura mediática de la Universidad de Guadalajara fue utilizada, en no pocas ocasiones, como un arma política en contra de los tres gobiernos panistas.

CONCLUSIONES: EL LIBERALISMO COMUNICATIVO QUE NUNCA LLEGÓ

Un rasgo histórico de los distintos sistemas de comunicación en México ha sido su tendencia hacia la concentración. El caso de Jalisco no es la excepción. La concentración es un proceso en el que recursos, que pueden ser de distinto tipo, tienden a aglutinarse en un mismo tiempo y espacio y, por lo tanto, tienden a aumentar el tamaño de una entidad económica (Miguel de Bustos, 1993: 101). El fenómeno de la concentración de las industrias mediáticas es indeseable por razones políticas y culturales, especialmente si se analiza desde una perspectiva democrática, pues la concentración tiende a diluir la pluralidad de la discusión pública y a erosionar aquellas comunidades culturales no hegemónicas (Mastrini y Becerra, 2011).

Durante las tres administraciones panistas, la estructura de control y propiedad del sistema de comunicación tendió a concentrarse en manos de corporativos nacionales, los cuales desbancaron a los proyectos periodísticos de capital local. Estos cambios en la estructura comunicativa resultaron perniciosos para la vida política de Jalisco porque al concentrarse la propiedad, se redujo la pluralidad informativa. En dos décadas la producción de comunicación disminuyó en Jalisco y, por el contrario, la información producida en ciudades como Monterrey y la ciudad de México fue a la alza. La “deslocalización” o “edición localización” (González-Borjas, 2000) informativa ha provocado que en Jalisco hayan quedado muy pocos empresarios de la comunicación que participen en la disputa por el poder político local. En su lugar quedaron medios de comunicación que no han demostrado interés por los temas

políticos o culturales de la comunidad, ni tampoco la defensa de un periodismo vinculado a los intereses ciudadanos.

Las administraciones panistas no tienen responsabilidad directa sobre la concentración de la propiedad de los medios, pues el sistema de comunicación en México está diseñado para operar sobre la base de una estructura de comunicación privada. Sin embargo, estas administraciones sí tienen responsabilidades indirectas en la concentración y operación del sistema de comunicación del estado. Estos gobiernos poco avanzaron en la regulación de las relaciones entre los medios de comunicación y el poder público, y luego de 18 años no es posible encontrar políticas públicas claras relacionadas con la comunicación social, el servicio público de radiodifusión o la compra de espacios publicitarios a los medios de comunicación privados. Tampoco se avanzó en el terreno legislativo, pues no crearon leyes que regularan estos aspectos de la comunicación pública.

Aunque en un primer momento el gobierno de Alberto Cárdenas Jiménez buscó cortar de tajo con la discrecionalidad y la corrupción que había en las relaciones entre los medios de comunicación y el gobierno del estado, lo cierto es que después de este primer intento, que fracasó, los gobiernos panistas no modificaron sustancialmente estas estructuras políticas. En Jalisco se reprodujo la gran e histórica tara del sistema de comunicación mexicano: aunque está diseñado para ser gestionado por empresas privadas, en la realidad es un modelo mixto que subiste de recursos públicos y privados. En la práctica, los recursos públicos son distribuidos discrecionalmente, lo que facilita la colusión entre medios de comunicación y administraciones públicas. No era suficiente con tener la voluntad de exhibir la podredumbre como lo hizo Cárdenas Jiménez. El verdadero trabajo estaba en reglamentar las relaciones entre el gobierno del estado y los medios. En este primer periodo, como se documentó previamente, sirvió para depurar el mercado de periódicos, con lo que desaparecieron *El Jalisciense* y *El Diario de Guadalajara*.

Luego del golpe que Alberto Cárdenas Jiménez propinó al modelo de subordinación de la prensa escrita, los subsecuentes gobernantes del estado se caracterizaron por reactivar los subsidios de dinero público a las televisoras y periódicos locales. Fue en las elecciones intermedias de 2003 cuando se reactivó el mecanismo que trasladó recursos públicos a las empresas privadas de comunicación. Sin embargo, en este nuevo periodo el dinero fue de las arcas públicas hacia los dueños de los medios de comunicación. Es decir, las negociaciones fueron únicamente entre las cúpulas políticas, empresariales y periodísticas del estado de Jalisco. Los reporteros quedaron fuera de este peculiar reparto de recursos económicos. El caso emblemático de este nuevo sistema, sin duda, fue la administración de Emilio González Márquez, quien en distintas ocasiones fue señalado por el fuerte derroche de recursos públicos en la promoción de su carrera política y de su gobierno (González Güitrón, 2009; Larrosa-Fuentes, 2008, 2013). Cuando los medios de comunicación, especialmente la prensa escrita, comenzaron a generar fuertes críticas a los distintos gobiernos, estatal y municipales, a los gobernantes panistas les resultó sencillo reactivar el sistema de control a través de la repartición discrecional de publicidad oficial.

La gran oportunidad de modificar la estructura comunicativa del estado fue a través del impulso de los medios públicos. Los gobiernos panistas profesionalizaron el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión, pero en ningún momento diseñaron políticas de comunicación

social para las estaciones de radio y de televisión que integran el sistema. En la práctica el sistema fue utilizado para promocionar a los gobiernos locales y en algunos casos para informar sobre sus actividades, pero sin una perspectiva crítica de por medio.

En casi dos décadas los panistas entendieron a la comunicación y sus estructuras como una herramienta de poder que debía ser gestionada discrecionalmente a través de recursos públicos y privados. En este sentido, estas administraciones no observaron a la comunicación como parte de una agenda política de transformación de la administración pública que deviniera en la ampliación de servicios y derechos para la comunidad jalisciense. Por el contrario, les resultó más sencillo actualizar el modelo de subordinación a los tiempos neoliberales y de alternancia de partidos en el poder. Esta actualización les permitió negociar subrepticamente la imagen pública del gobierno del estado y las coberturas periodísticas respecto de las administraciones públicas.

Finalmente, es claro que los gobiernos panistas tienen una responsabilidad indirecta sobre la conformación de un sistema de comunicación local en donde la mayoría de los periódicos y televisoras subsisten de la publicidad que otorgan los distintos niveles de gobierno (Larrosa-Fuentes, 2013). De haberse regulado democráticamente las relaciones entre los medios de comunicación y el poder público, muchos medios de comunicación, especialmente impresos, habrían dejado de circular, lo cual habría modificado significativamente la estructura de propiedad. En el caso de la televisión, esta hipotética regulación difícilmente habría impactado en la estructura de propiedades esta industria, pero sí habría generado mejores condiciones de competencia económica y por tanto, de independencia de las televisoras frente a los gobiernos locales.

Sin duda, al menos en el tema de la comunicación, el liberalismo que defiende la libre competencia y la libertad de expresión bajo un marco democrático no fue parte de la agenda de gobierno del PAN en Jalisco.

REFERENCIAS

- Arredondo Ramírez, P. (1986). *Los medios de comunicación en Jalisco*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- 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*, vol.2, núm.16 [DE disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art102.htm>].
- Cervantes Vidrio, M. (2011). “La nueva diversidad de la televisión tapatía: Canal 44”. En J. S. Larrosa-Fuentes (ed.), *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2010*. Guadalajara: ITESO, pp. 77-84.
- El Informador (1995, 20 de abril). “Dos matutinos locales, entre los subsidiados por el municipio”, pp. 1B, 3B.
- Falcón, M. (2009, 24 de marzo). “Entrevista con Diego Petersen”. En *El Acordeón*. Radio Universidad de Guadalajara.
- González-Borjas, A. (2000). “El fenómeno de la ‘edición local’ y la prensa local”. En *Ámbitos*, vol.4, pp. 87-100.

- González Güitrón, P. (2009). “¿Donativos de dinero público?... ien Jalisco hay para RATO!”. En J. S. Larrosa-Fuentes (ed.), *Medios de comunicación y libertad de expresión en Jalisco*, 2009. Guadalajara: Quid ITESO, pp. 65-67.
- Hernández Ramírez, M. E. (ed.) (2010). *Estudios sobre periodismo: marcos de interpretación para el contexto mexicano*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Hughes, S. (2009). *Redacciones en conflicto: el periodismo y la democratización en México*. Guadalajara: Miguel Ángel Porrúa / Universidad de Guadalajara.
- Larrosa-Fuentes, J. S. (2008). “Emilio el mediático y el 134 constitucional”. En *Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco*, 2008. Guadalajara: ITESO, pp. 11-13.
- Larrosa-Fuentes, J. S. (2012). *Historia, estructura, producción y financiamiento de la prensa generalista de Guadalajara (1990-2010)*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Larrosa-Fuentes, J. S. (2013, 7 de julio). “De las lagunas legislativas de la prensa en México: las relaciones entre medios de comunicación y poder”. En *La Jornada Jalisco*, p.5. Guadalajara [DE disponible en: <http://issuu.com/lajornadajalisco/docs/cla-062013?e=8100103%2F3795196>].
- Lawson, C. (2002). *Building the fourth estate: democratization and the rise of a free press in Mexico*. Berkeley: University of California Press.
- Mastrini, G. y M. Becerra (2011). “Estructura, concentración y transformaciones en los medios del Cono Sur latinoamericano”. En *Comunicar*, vol.18, núm.36, pp. 51-59 [DE disponible en: <http://doi.org/10.3916/C36-2011-02-05>].
- 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. Guadalajara: Quid ITESO, pp. 83-94.
- Miguel de Bustos, J. C. (1993). *Los grupos multimedia: estructura y estrategias en los medios de comunicación*. Barcelona: Bosch Comunicación.
- Orme, W. (1996). *A culture of collusion: An inside look at the Mexican press*. Colorado: North South Center Press.
- Pérez Vega, R. (2012, 22 de octubre). “Va SJRTV por más cobertura”. En *Mural*.
- Rico Tavera, G. (1999). “La guerra civil de los diarios tapatíos”. En *Expansión*, pp. 66-73.
- Romero, L. (2001). *Jalisco hacia una democracia gobernable*. Guadalajara: Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades-Universidad de Guadalajara.