

Estructura de la prensa generalista en Guadalajara (1990-2010)

Los periódicos fueron empresas importantes para la ciudad de Guadalajara entre 1990 y 2010. Estos medios de comunicación tuvieron influencia directa en la vida pública de la ciudad y lograron ser un vehículo informativo de alta trascendencia para los tapatíos. No obstante, existen pocos trabajos que documenten la vida de los medios de comunicación de Guadalajara. Poco sabemos sobre la historia de la televisión, la radio o los periódicos locales. De la misma forma, son insuficientes los estudios y análisis sobre el trabajo cotidiano de estos medios de comunicación y su influencia en los asuntos públicos. Estos apuntes esbozan un amplio campo de investigación sobre los medios de comunicación locales desde distintas perspectivas académicas. El presente capítulo es una contribución a esta agenda de trabajo y busca documentar, desde una perspectiva económica, algunas de las características de los periódicos generalistas que circularon en la ciudad de Guadalajara entre 1990 y 2010.

¿Qué tanto y cómo han influido los periódicos u otros medios de comunicación en la vida pública de una comunidad? La anterior es una pregunta importante responder. Un sistema democrático funciona, entre otras cosas, por la libertad de expresión que existe en su interior y por la libre circulación de las ideas. El trabajo y actuación de los periódicos como vehículos portadores de estas ideas resultan fundamentales para la construcción de la vida pública en una comunidad democrática. Responder a la pregunta planteada en líneas anteriores es una tarea de largo aliento, que requiere distintos acercamientos a los medios de comunicación como objetos de estudio. Este artículo es una contribución para responder, desde una dimensión económica, a la pregunta

planteada anteriormente. En esta investigación, de naturaleza descriptiva, se documentan algunos de los elementos más importantes de la estructura de propiedad y mercado de los periódicos generalistas que circularon en Guadalajara entre 1990 y 2010.

Apuntes metodológicos

El estudio que guía este artículo es parte de un proyecto mucho más amplio y que tuvo como resultado final una tesis de maestría. Por ello, para conocer a fondo el marco teórico y el diseño, se sugiere a los lectores consultar el documento original ya que, debido a cuestiones de espacio, no es posible precisar las costuras teóricas y metodológicas de esta investigación (Larrosa, 2012).¹

¿Qué características tuvo la estructura de propiedad y mercado del sistema de periódicos generalistas de Guadalajara entre 1990 y 2010? Para responder a esta interrogante, se construyó un marco teórico basado en la economía política de la comunicación. El concepto de estructura de propiedad es definido como el andamiaje construido por aquellas personas o empresas que poseen las unidades de un sistema de comunicación. Estas unidades pueden ser periódicos, estaciones de radio, canales de televisión, entre otros. Con base en trabajos de diversos académicos (Becerra y Mastrini, 2006: 56; Søllinge, 2009: 53), fue elaborado un listado con los distintos tipos de propiedad en la industria de periódicos: empresa familiar local, empresa familiar nacional, empresas de varios accionistas, empresas democráticas y empresas sociales.²

Por otra parte, la estructura de mercado refiere a las características comerciales del sistema mediático y se puede medir a través del número de empresas que lo integran y su longevidad, la cantidad y características de sus productos, así como la cantidad y características de sus audiencias. Para el caso de este trabajo se recopiló información sobre el número de periódicos que integraron el sistema, el tiempo que ha durado su existencia, así como datos de tiraje, circulación y lectoría. Al respecto de estos conceptos vale la pena hacer una pequeña nota aclaratoria. En trabajos académicos, periodísticos, comerciales, e incluso,

¹ Si el lector está interesado en conseguir una copia electrónica de dicho documento, puede solicitarla vía correo electrónico: jarrosa@gmail.com

² Para una definición detallada de cada una de ellas, véase Larrosa (2012: 49).

en información oficial, es común que los conceptos de «tiraje», «circulación» y «lectoría» se utilicen para referirse a lo mismo, como sinónimos, lo cual es impreciso. El concepto de tiraje refiere al volumen de producción de un diario, es decir, cuántas copias del número original se imprimen por día. La circulación es el número de periódicos que llegan hasta un consumidor; existe la circulación pagada, que es el número de ejemplares vendidos por día y también existe la circulación gratuita: el número de ejemplares de cortesía que la empresa distribuye en un territorio. La lectoría refiere al número de personas que efectivamente leen un periódico. Si retomamos un modelo de comunicación básico, podríamos señalar que el tiraje corresponde a la fase final de la producción de un periódico (su impresión), la circulación es la distribución de los impresos y la lectoría es el consumo.

La obtención de los datos para describir la estructura de propiedad y de mercado de los periódicos generalistas de Guadalajara estuvo condicionada por tres elementos. El primero de ellos es que los periódicos, al ser empresas privadas, no tienen ninguna obligación de reportar su rendimiento económico a menos que coticen en la bolsa, que no es el caso de ninguno de los periódicos estudiados; por lo tanto, es muy complicado tener datos directos de estas empresas. El segundo elemento es que las instituciones públicas mexicanas producen poca información y de mala calidad sobre las industrias culturales del país; la tercera condicionante es legal: en las leyes mexicanas no existe ninguna disposición que aborde específicamente el tema de la estructura de control y propiedad de la prensa escrita. Estas condicionantes hacen que la obtención de datos sea difícil y que los datos obtenidos pertenezcan a distintas fuentes.

La información que se presenta en este capítulo proviene de diversas fuentes: libros y artículos académicos; información hemerográfica, especialmente de la revista *Medios Publicitarios Mexicanos (MPM)*, la cual publica una gran cantidad de información sobre la estructura de mercado de los medios de comunicación en México; información oficial del Padrón Nacional de Medios Impresos de la Secretaría de Gobernación (Segob), así como del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI); el Archivo *Siglo 21*;³ así como una serie de entrevistas

³ El Archivo *Siglo 21* es un acervo privado que pertenece a Alfonso Dau Dau, quien fue propietario y presidente del periódico *Siglo 21*. El archivo está compuesto por

semi estructuradas a periodistas, editores y administradores de los periódicos locales (Larrosa, 2012: 54-80).

Estructura de propiedad de la prensa generalista en Guadalajara

En Guadalajara circularon 10 periódicos generalistas durante las dos décadas que comprende este estudio. Dichas publicaciones participaron en una estructura de mercado capitalista y en un régimen democrático. Según los tipos de propiedad de la prensa propuestos anteriormente, la estructura de propiedad de la prensa generalista en Guadalajara fue mayoritariamente familiar. El elemento central que distinguió a estas empresas es que pertenecieron y fueron administradas por miembros de una familia. La definición de los tipos de propiedad permite distinguir entre empresas familiares locales y empresas familiares nacionales. En la primera se trata de periódicos que tienen su radio de operación en una ciudad o estado; la segunda hace referencia a empresas controladas por una familia, pero que operan en todo el país y que pueden llegar a tener una cadena de periódicos, como es el caso de Organización Editorial Mexicana (OEM), Grupo Reforma o Grupo Milenio, tal como se muestra en la tabla 1.

En estos 20 años no existieron «medios de gobierno» y todos fueron comerciales y motivados por intereses privados, excepto *Ocho Columnas*, que fue un periódico orientado a la reproducción ideológica de un grupo político (Fregoso y Sánchez, 1993). De todos los periódicos solamente *Público*, en su primera etapa (la cual apenas duró de 1997 a 1998), fue una empresa conformada por varios accionistas que no tuvo una estructura familiar.

El cambio más importante de la estructura de propiedad del sistema de periódicos a lo largo de los 20 años de estudio fue la proliferación de empresas de capital no jalisciense. De 1990 a 2010 la mitad de los periódicos estuvo respaldada por capitales de Guadalajara (*El Informador*, *Ocho Columnas*, *El Diario de Guadalajara*, *El Jalisciense*, *Siglo 21*, *Público*) y la otra mitad perteneció a capitales foráneos: ciudad de México (*El Occidental*), Monterrey (*Público-Milenio*, *Mural*) y Morelia (*La Jornada Jalisco*). En 1990 todos los periódicos generalistas eran medios de comunicación

documentos sobre la historia periodística, administrativa, contable y jurídica del periódico, el cual se encuentra en posesión de su dueño y no es de acceso público.

Tabla 1. Periódicos generalistas que circularon y fueron producidos en Guadalajara (1990 y 2010)

Nombre del periódico	Nombre de la empresa	Consortio	Familia
<i>El Informador</i>	Unión Editorialista S. A. de C.V.	El Informador	Familia Álvarez del Castillo (local)
<i>El Occidental</i>	Compañía Periodística del Sol de Guadalajara S.A. de C.V.	OEM	Mario Vázquez Raña (nacional)
<i>Siglo 21</i>	Alda Editores S.A. de C. V.	No pertenece	Alfonso Dau Dau (local)
<i>Ocho Columnas</i>	Centro de Comunicación Universitaria (CECUN)	No pertenece	Familia Leaño (local)
<i>Público</i>	Página Tres S. A.	No pertenece	No fue familiar (local)
<i>Público-Milenio</i>	Página Tres S. A.	Grupo Milenio	Familia González (nacional)
<i>Mural</i>	Consortio Interamericano de Comunicación, S.A. de C.V.	Grupo Reforma	Familia Junco De la Vega (nacional)
<i>La Jornada Jalisco</i>	Editora de Medios de Michoacán S. A. de C. V.	La Jornada	Juan Manuel Venegas (nacional)
<i>El Jalisciense</i>	Editora la Voz de Jalisco, S.A.	No pertenece	Familia Romo (local)
<i>El Diario de Guadalajara</i>	Editorial Hispano Mexicana, S.A.	No pertenece	Familia González (local)

Fuente: Elaboración propia con base en MPM.

de empresarios locales, a excepción de *El Occidental*. Veinte años después, en 2010, solamente *El Informador* y *Ocho Columnas* tenían un origen económico local, el resto eran periódicos de capitales de otros estados del país (*Público-Milenio*, *Mural*, *La Jornada Jalisco*, *El Occidental*). La estructura de propiedad cambió radicalmente en dos décadas, pues en 2010 casi 77% de los periódicos dejaron de tener capital local. Al parecer, la tendencia de erosión de los periódicos locales seguirá en curso. El 22 de

julio de 2011, ocho meses después del corte temporal previsto para esta investigación, el periódico *Ocho Columnas* dejó de circular en Guadalajara; entonces, *El Informador*, se convirtió en el único periódico de capital local que se producía en Guadalajara en 2011.

Es importante señalar que el número de periódicos financiados por capital local decreció, sin embargo no disminuyó el número de periódicos producidos localmente. Es decir, el lugar que fueron dejando los impresos de capital local, fue llenado con otros proyectos pero con inversión de otros estados del país. Esto permite hacer una segunda observación importante sobre los cambios en la estructura de propiedad de los periódicos tapatíos. A lo largo de estas dos décadas fue común observar la llegada de consorcios nacionales de comunicación. No fueron empresarios que decidieron incursionar por primera vez en el negocio del periodismo, sino inversionistas que vieron la oportunidad de expandir sus negocios. En 1990 operaban dos grupos periodísticos en la ciudad de Guadalajara: la OEM y El Financiero. Ocho años después se establecieron dos grupos regiomontanos en la ciudad (Grupo Milenio y Grupo Reforma) y 16 años más tarde apareció *La Jornada Jalisco*.

La llegada de estos consorcios a la plaza fue consecuencia de los procesos de concentración de las industrias nacionales de comunicación. Al respecto se puede observar que a lo largo de estos años la OEM fue el grupo que concentró el mayor número de periódicos generalistas, deportivos y policiales en Guadalajara (*El Occidental*, *El Sol de Guadalajara*, *Esto Jalisco* y *La Prensa Jalisco*). En segundo lugar están los grupos Reforma, Multimédios y Unión Editorialista. Al final de las dos décadas de estudio los tres grupos tenían, cada uno, dos publicaciones en circulación: Grupo Reforma echó a andar *Mural* y *Metro*, un tabloide policial; Grupo Multimédios compró *Público* para convertirlo en *Público-Milenio* (después en *Milenio Jalisco*) y comenzó a editar *Expres*, también tabloide policial, y *El Informador*, además de mantenerse en circulación, editó *El Tren*, un periódico gratuito.

En resumen: en 20 años las empresas periodísticas vieron como una estrategia importante la expansión de sus negocios por el país a través de filiales o sucursales. Esta expansión, que estuvo aparejada con la apertura neoliberal de la economía mexicana (Larrosa, 2012: 81-140), creó un nuevo mercado publicitario, al cual le llamaron el «triángulo de oro». Este mercado se conformó entre las ciudades de

Monterrey, Guadalajara y la ciudad de México (Larrosa, 2012: 191-193). El tamaño y la potencia de estas empresas, aunados a otros factores, acabaron con muchos periódicos locales que no pudieron competir frente a ellas. El caso de la prensa en Guadalajara no fue la excepción. Este es un ejemplo claro de los procesos de concentración de las empresas periodísticas.

Estructura de mercado de la prensa generalista en Guadalajara

Según algunos estudios (Van Kranenburg y Hogenbirk, 2006: 339), existe una correlación entre el tamaño, el desarrollo económico de una empresa periodística y su longevidad. Lo que se ha observado y documentado, aunque resulte obvio, es que entre más años de existencia tiene un periódico, más posibilidades tiene de seguir sobreviviendo. De los 10 periódicos seleccionados para este estudio, los más estables y longevos fueron *El Informador*, *El Occidental* y *Ocho Columnas*. Estos tres periódicos participaron activamente de 1990 a 2010 en el mercado de diarios generalistas de la ciudad. Después siguen los dos periódicos de capital neoleonés, *Público-Milenio* y *Mural*, ambos con 12 años de vida en el mercado. *La Jornada Jalisco* circuló en Guadalajara desde 2005. Finalmente, en esta lista aparecen los periódicos que no sobrevivieron: *El Jalisciense*, *El Diario de Guadalajara*, *Siglo 21* y *Público*.

En general, existe la idea de que *El Informador* es el periódico con mayor solidez financiera de este sistema de comunicación, la cual es atribuida, entre otras cosas, a su longevidad, que ha devenido en la consolidación de una buena cantidad de anunciantes y lectores y en el desarrollo de una experiencia transmitida a lo largo de tres generaciones de la familia Álvarez del Castillo. *El Informador*, a lo largo de sus casi 100 años de vida, ha pasado por varias crisis económicas, la más fuerte fue cuando en 1937 enfrentó una huelga y la clausura del periódico. El hecho de haber resistido tantos años dotaron a *El Informador* de una solidez sin igual en el mercado de periódicos de Guadalajara.

Ocho Columnas representa un caso extraño, ya que fue un periódico que tuvo fines ideológicos más que económicos. De 1990 a 2010 circuló cotidianamente en la plaza, pero en 2011 cerró sus rotativas. Los entrevistados coinciden en que *Ocho Columnas* fue un periódico que no se caracterizaba por generar ganancias económicas y que por

el contrario, tenía que ser subsidiado a través de la publicidad oficial y por los mismos propietarios del rotativo. Durante los últimos 20 años el periódico generó cuantiosas pérdidas para sus dueños (Ibarra, 2011), hasta que llegó un momento en que decidieron cerrarlo.

Por último, están los casos de cuatro periódicos que pertenecen o tienen relación con grupos de comunicación nacionales: *El Occidental* (OEM), *Público-Milenio* (Grupo Multimedios), *Mural* (Grupo Reforma) y *La Jornada Jalisco* (La Jornada). Estos diarios, según varios de los entrevistados, son empresas que operaron en números rojos o bien tuvieron ganancias mínimas. *El Occidental* es uno de los periódicos más longevos del sistema y que durante 1990 a 2010 vivió un periodo de decadencia económica y periodística; es un diario que tuvo pérdidas económicas, pero que fue subsidiado por el emporio comunicacional de Mario Vázquez Raña.

Público-Milenio y *Mural* fueron los dos periódicos más jóvenes del sistema y trabajaron por hacerse un lugar en el mercado. La percepción general de los entrevistados respecto de estos periódicos es que no fueron un negocio, pero que tampoco arrojaron grandes pérdidas económicas. Grupo Multimedios y Grupo Reforma han apostado a que estos periódicos puedan mantenerse vivos en una ciudad de alta trascendencia política y económica en México.

Finalmente está el caso de *La Jornada Jalisco*, una franquicia del periódico capitalino *La Jornada*. Éste es un periódico pequeño en comparación con los demás (su redacción no pasa de las 20 personas y su edición cotidiana es de 12 páginas) y del cual se tiene poca información.

Tirajes

Los siguientes datos refiere a los tirajes de ocho de los periódicos considerados para esta muestra y es parte de los contenidos que ofrece la revista *MPM*. De *El Jalisciense* y *El Diario* no aparecen señas, pues ésta no reportó información sobre ellos.

Respecto de la tabla siguiente, es notable la ausencia de datos sobre *El Informador*, una de las empresas periodísticas más importantes de la región. Por otro lado, prácticamente todos los periódicos reportan un incremento en su tiraje entre 1990 y 2010, excepto *El Occidental*, que de tirar casi 50 000 ejemplares diarios en 1995, bajó a 44 000 en 2010 y también *Ocho Columnas* que entre 1992 y 1994 llegó a tirar 48 000

Tabla 2. Tiraje de los periódicos generalistas de Guadalajara entre 1990 y 2010

Año	<i>El Informador</i>	<i>El Occidental</i>	<i>Ocho Columnas</i>	<i>Siglo 21</i>	<i>Público</i>	<i>Público-Milenio</i>	<i>Mural</i>	<i>La Jornada Jalisco</i>
1990	s/i	s/i	35 000	s/c	s/c	s/c	s/c	s/c
1991	s/i	s/i	35 000	s/i	s/c	s/c	s/c	s/c
1992	s/i	s/i	48 000	s/i	s/c	s/c	s/c	s/c
1993	s/i	s/i	48 000	s/i	s/c	s/c	s/c	s/c
1994	s/i	s/i	48 000	29 600	s/c	s/c	s/c	s/c
1995	s/i	49 400	48 000	34 646	s/c	s/c	s/c	s/c
1996	s/i	49 400	35 103	35 100	s/c	s/c	s/c	s/c
1997	s/i	49 400	35 000	35 100	20 000	s/c	s/i	s/c
1998	s/i	49 400	35 000	35 100	s/c	25 000	33 000	s/c
1999	s/i	49 400	35 000	s/c	s/c	25 000	33 000	s/c
2000	s/i	44 762	35 000	s/c	s/c	25 000	33 000	s/c
2001	s/i	44 762	38 500	s/c	s/c	26 500	33 000	s/c
2002	s/i	44 000	38 500	s/c	s/c	26 500	33 000	s/c
2003	s/i	44 000	38 500	s/c	s/c	26 500	35 340	s/c
2004	s/i	44 000	38 500	s/c	s/c	26 500	38 311	s/i
2005	s/i	44 000	38 500	s/c	s/c	27 000	38 311	25 000
2006	s/i	44 000	38 500	s/c	s/c	39 597	44 413	25 000
2007	s/i	44 000	38 500	s/c	s/c	39 597	44 413	25 655
2008	s/i	44 000	38 500	s/c	s/c	33 442	45 576	25 655
2009	35 970	44 000	38 500	s/c	s/c	33 422	45 576	25 655
2010	46 197	44 000	38 500	s/c	s/c	42 505	40 000	25 655

Nota: «(s/i)», se refiere a que MPM no tiene información del medio en cuestión; «(s/c)», indica el caso de los periódicos que en ese año no estaban en circulación.

Fuente: Elaboración propia con base en MPM.

ejemplares, en 1996 bajó a 35 000 y a partir de 2001 se estabilizó en 38 000. El tiraje más alto de la década lo reporta *El Occidental* con 49 400 ejemplares en 1995 y 1999 y el más bajo fueron los 20 000 ejemplares de *Público-Milenio* en 1997.

La tabla 2 puede ser matizada por otro tipo de información desperdigada en textos académicos y periodísticos, así como en las entrevistas realizadas para este estudio. Por ejemplo, el investigador Demers (2000: 158) construyó una tabla de los tirajes de los diarios tapatíos en mayo de 1998 y mayo de 1999, con base en una serie de entrevistas que él ejecutó.

Demers coincide con algunos de los números de la revista *MPM*, pues asegura que el tiraje de *Mural* en mayo de 1998 era de 33 000 ejemplares. En el caso de *Público*, las cifras no coinciden, pero son muy cercanas: Demers reporta un tiraje de 24 000 ejemplares diarios en mayo de 1998 y 22 000 en mayo de 1999 (la variación entre ambas fuentes no rebasa los tres 3 000 ejemplares). Por otra parte, ofrece información sobre los tirajes de *El Informador* (ausentes en la tabla 2): en mayo de 1998 fue de 44 000 ejemplares y en mayo de 1999 de 33 000 a 35 000 ejemplares.

Donde se observan diferencias es en el caso de *Siglo 21*, *El Occidental* y *Ocho Columnas*. Respecto del primero, Demers reporta un tiraje de 12 000 ejemplares diarios en 1998, frente a los 35 000 que aparecen en la tabla 2. Esta situación se puede explicar debido a que 1998 fue el último año en que se editó *Siglo 21* y que tuvo serios problemas financieros; es muy probable que por una estrategia comercial, *Siglo 21* no haya querido reportar la drástica caída de sus tirajes durante este año; por supuesto, es tan solo una hipótesis. De cualquier forma vale la pena destacar que los datos de la revista *MPM* también coinciden con los reportes internos del periódico *Siglo 21* a los que tuvimos acceso. Por ejemplo: en el documento «Plan de Marketing 1997» del Archivo *Siglo 21*, se establece que el tiraje total de este rotativo en 1995 fue de 11 614 060 ejemplares y en 1996 de 11 295 588. Si estas cantidades se dividen entre los 365 días del año, da un promedio muy similar al reportado por la revista *MPM*.

En el caso de *El Occidental*, la diferencia entre las cifras es abismal, pues Demers, a través de su investigación cualitativa sustentada en entrevistas a periodistas y directivos, reporta un tiraje diario entre 8 000 y 9 000 ejemplares y en la tabla 2 se reportan casi 50 000 copias diarias. Lo mismo ocurre con *Ocho Columnas*, que en la tabla se reportan 35 000 ejemplares diarios y Demers señala que en mayo de 1998 el tiraje fue de entre 3 000 y 4 000 copias, y en mayo de 1999 entre 5 000 y 6 000.

Estos números, que evidentemente no son completamente fidedignos, dan una idea de los rangos numéricos de los tirajes de los periódicos tapatíos entre 1990 y 2010. Los informantes de esta investigación también aportaron ideas que ayudan a describir esta parte del sistema. La primera de ellas es que las empresas periodísticas tienden, en la mayoría de los casos, a exagerar sobre el número de ejemplares que tiran por día (y también inflan sus números de circulación y lectoría, como se verá en los siguientes apartados). La tendencia a exagerar sobre los

tirajes está relacionada con una cuestión de competencia empresarial: el mejor periódico de la ciudad es aquel que tiene los mejores números en tiraje, circulación y lectoría.

Por otra parte los tirajes que se reportan (algunos de ellos están certificados por el Instituto Verificador de Medios, como es el caso de *El Informador*), son cifras irreales porque lo que certifican es el tiraje de un día. Es común que los periódicos aumenten su tiraje durante los días en los que se hace la verificación y que después lo reduzcan a sus niveles cotidianos.

Además, los tirajes varían significativamente según el día de la semana o el día del año en cuestión o por factores noticiosos o comerciales. Por ejemplo, durante la década de los noventa, algunos periódicos como *El Occidental* o *El Informador* aumentaban su tiro los lunes, dependiendo del resultado de los juegos dominicales de fútbol de los equipos locales: si las Chivas (equipo de balompié de gran arraigo en la ciudad) ganaban el partido, se imprimían más periódicos, pues había lectores ávidos de recrear el triunfo de su equipo; pero si perdían, el tiro se mantenía conforme a los cánones regulares.

Un ejemplo para describir la variación de los tirajes tiene que ver con cuestiones propias de la agenda informativa local. Uno de los entrevistados recordó que en los años noventa había un delincuente con gran fama entre los sectores populares de la población. Se decía que era un tipo despiadado, utilizaba el sobrenombre de «el Pollo» y purgaba una condena en una cárcel de la localidad. Un día logró escapar de la prisión y enfrentó a balazos a la policía. En la refriega el Pollo falleció. Cuando el periodista se enteró de esta noticia, le sugirió al director del diario que considerara colocar la nota en primera plana por su relevancia noticiosa. El director le contestó negativamente, aduciendo que una acción como esa rompía la línea editorial del diario. Sin embargo, al día siguiente y para su sorpresa, el reportero constató que la nota sí se fue a primera plana. Después, en una investigación propia, el reportero supo que el líder de los voceadores se acercó con el director del periódico y le dijo: «si tú pones en portada que se murió el Pollo, nosotros te garantizamos vender 4 000 mil ejemplares más».

Otra de las causas por las que se modifica el tiraje es por intereses comerciales. Uno de los cambios más significativos de la prensa local fue el desarrollo y proliferación de suplementos informativos y comerciales (Hernández, 2001). Esto hizo que ciertos días se incrementaran

las ventas de los periódicos. Por ejemplo, *Público* comercializó muy bien el suplemento «Ocio», el cual se publicaba todos los viernes, por lo que ese día el tiraje y la circulación del diario aumentaba. Igualmente se desarrollaron suplementos en fechas comerciales como el día del amor y la amistad, el día de la madre o del padre o del niño, Navidad, entre otros. Estos encartes se planeaban con semanas o meses de anticipación y los empresarios podían calcular cuánto podían aumentar el tiraje de sus periódicos. Vale la pena señalar que este tipo de productos fueron poco utilizados por *El Occidental* o *La Jornada Jalisco*.

En general *El Informador* siempre ha sido el periódico con mayor tiraje, esto es algo reconocido por los jugadores del sistema, así como por estudiosos de los periódicos locales (Fregoso y Sánchez Ruiz, 1993: 38; Demers, 2000: 158). Durante los primeros años de los noventa, el segundo lugar en tiro se disputó entre *El Occidental* y *Siglo 21*, pero luego de la llegada del Grupo Milenio y Grupo Reforma y de la desaparición de *Siglo 21*, *El Occidental* quedó relegado a un cuarto lugar y *Mural* y *Público-Milenio* se disputaron el segundo y tercer lugar. El tiraje de *La Jornada Jalisco* según lo reportado por la revista *MPM* es de 25 000 ejemplares; sin embargo, algunos entrevistados señalaron que en realidad su tiraje no sobrepasa los 2 000 ejemplares.

Circulación

En 20 años el número de periódicos (ejemplares impresos) que circulan diariamente en Guadalajara ha variado muy poco. Este número osciló entre los 80 000 y 190 000 periódicos al día, lo cual da un promedio de 135 000 ejemplares diarios (De Dios, 1998: 4; Demers, 2000: 158; Zepeda, 1994: 3). No obstante que el número de periódicos que circularon día a día en la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG) no varió significativamente entre 1990 y 2010, el número de habitantes sí se transformó radicalmente. En 1990 había 3 003 868 habitantes y en 2010, 4 434 878 (INEGI, 2012; 2012a). Es decir, en 10 años la población tuvo un aumento de 1 431 010 habitantes. Esto indica que cada vez hay menos compradores de periódicos en la ciudad de Guadalajara o, visto desde otra perspectiva (a manera de hipótesis no comprobable), que los lectores de periódicos fueron, literalmente los mismos en 1990 que en 2011. De cualquier forma, la cifra de periódicos que circulan diariamente en la ciudad se considera baja respecto de otros sis-

temas de comunicación como en la ciudad de México,⁴ pero particularmente de otras ciudades de Estados Unidos, Europa o Asia (Trejo citado en Gómez y Sosa-Plata, 2011: 23).

La información que existe sobre el número de periódicos que circulan al día en Guadalajara es confusa y poco fidedigna. A continuación se presenta la información que se pudo recopilar sobre circulación durante los años de 1993, 1996, 1998 y 2009. Estos datos pueden dar una idea de los rasgos generales de la estructura de mercado de los periódicos en el periodo de estudio. En la tabla 3 hay dos variables. La primera es circulación, que refiere al número de periódicos que efectivamente llegaron a un lector, ya sea porque los lectores pagaron por un ejemplar a través de una suscripción o de la compra en un local cerrado o a un voceador, o porque el ejemplar fue regalado. La segunda variable es el mercado y refiere al porcentaje de ejemplares que cada diario puso a circular, en relación con el total de los periódicos que circularon en un día.

Respecto de los números totales de circulación, llama la atención, por ejemplo, el incremento que hubo entre 1993 y 1996, de casi 25 000 ejemplares diarios. Después, en 1998 la circulación sufrió un severo descenso en la producción de 31 000 ejemplares. Esta caída estuvo marcada por la severa crisis económica que el país vivió en 1994 y que afectó directamente a los periódicos tapatíos. En la segunda década de estudio hay un fuerte repunte, hasta llegar, en 2009, a los 191 000 ejemplares diarios. Sin embargo, vale la pena matizar: según el testimonio de diversos entrevistados, ni *Ocho Columnas* ni *La Jornada Jalisco* tuvieron la circulación señalada en 2009. Las cifras reales apuntan a que *Ocho Columnas* debió tener entre 4 000 y 6 000 ejemplares diarios en circulación; respecto de *La Jornada Jalisco*, la diferencia es mucho mayor, pues según algunos de los entrevistados es un periódico que tuvo una circulación marginal, la cual no habría llegado ni a los 2 000 ejemplares.

Es notorio que *El Informador*, el periódico que tuvo la mayor circulación durante todos los años de estudio, acaparó las porciones más gran-

⁴ Según Jorge Zepeda Paterson, quien fuera director de periódicos como *Siglo 21* y *Público*, *El Universal* tuvo una circulación de 130 000 ejemplares diarios de lunes a sábado y 180 000 los domingos, en 2005 (Zepeda, 2005). Es de llamar la atención que la circulación de un solo periódico de la ciudad de México, sea la misma que la de todos los impresos de Guadalajara.

Tabla 3. Circulación de los periódicos de Guadalajara en 1993, 1996, 1998, 2002, 2009

Periódico	1993		1996		1998		2002		2009	
	Circ.	Merc.	Circ.	Merc.	Circ.	Merc.	Circ.	Merc.	Circ.	Merc.
<i>El Informador</i>	44 336	39%	38 000	35%	31 000	40%	34 000	29%	48 917	25%
<i>El Occidental</i>	30 171	26%	25 000	23%	9 000	11%	34 000	29%	18 497	10%
<i>Siglo 21</i>	27 516	25%	23 000	21%	6 000	8%	s/c	s/c	s/c	s/c
<i>Público-Milenio</i>	s/c	s/c	s/c	s/c	18 000	23%	28 000	23%	29 768	16%
<i>Mural</i>	s/c	s/c	s/c	s/c	s/i	s/i	24 000	21%	34 983	18%
<i>Ocho Columnas</i>	6 734	6%	15 000	14%	8 000	10%	s/i	s/i	34 141	18%
<i>La Jornada</i>	s/c	s/c	s/c	s/c	s/c	s/c	s/c	s/c	25 663	13%
Otros	4 040	4%	8 000	7%	6 000	8%	s/i	s/i	s/i	s/i
Total	85 281	100%	109 000	100%	78 000	100%	120 000	100%	191 969	100%

Fuente: Elaboración propia con base en el Archivo Siglo 21 para los años 1993, 1996 y 1998; en Rico (2002: 10-24) para el año 2002, y en Segob (2010) para el año 2009.

des del mercado, siendo 1998 su periodo de mayor rendimiento (40%) y 2009 el más bajo (25%). Por otra parte, hubo varios cambios en los índices de circulación. En 1990 el mercado era, por la vía de los hechos, un duopolio conformado por *El Informador* y *El Occidental*, más otros periódicos satelitales. Sin embargo, *El Occidental* comenzó a decaer económicamente en la primera mitad de los años noventa, lo cual se ve reflejado en la tabla 3: en apenas un lustro (1993-1998) perdió 15% del mercado; para 2009 solamente tenía 10%. Esta caída se puede explicar por varios factores: el deterioro interno del periódico, las crisis económicas, pero especialmente por la competencia que surgió en estas dos décadas. La aparición de *Siglo 21* y después de *Público*, *Público-Milenio* y *Mural*, significó mayor competencia para *El Occidental*.

A finales de los años noventa, llegaron a Guadalajara los empresarios regiomontanos y comenzaron a disputarse el mercado. En 2002 *Mural* tenía 21% del mercado y *Público* 23%. Sin embargo, los siguientes años no sería fáciles, y hacia finales de la década, en 2009, sus porcentajes disminuyeron considerablemente.

Índices de lectoría

¿Cuántos periódicos leen los tapatíos en un día o en un año? Es difícil saberlo, porque no se ha desarrollado un ejercicio en el que año con año y con la misma metodología, mida los hábitos de consumo cultural de los habitantes de Guadalajara. Enumeramos, a continuación, algunos de los datos que al respecto se encontraron en distintas fuentes de información. En el Archivo *Siglo 21*, hay un documento, con fecha de 1990 (previo a la apertura del periódico), que consigna que a principios de los años noventa, en 17% de los hogares en Guadalajara se consumía prensa escrita; en 1996, según el documento del mismo archivo titulado «Plan de Marketing 1997», se establece que «el universo de lectores de periódicos en la ZMG es de 900 000 hombres y mujeres de 14 a 60 años».

A finales de los años noventa, según Grupo Reforma, 13% de la población de Guadalajara leía un periódico todos los días en 1999; en el año 2000 hicieron el mismo ejercicio y esta variable aumentó en un punto (14%) y en 2001 disminuyó cuatro (10%) (Arizpe, 2002).⁵

⁵ El Departamento de Investigación de Grupo Reforma estuvo a cargo de la «Encuesta sobre Consumo Cultural y Medios de Comunicación», realizada del 19 de enero al 2 de febrero de 2002 a 820 personas de 16 años o más que vivían en el Distrito Federal y

En 2006 el investigador Pablo Arredondo presentó su estudio «Los medios de comunicación y las audiencias», donde señala que casi 40% de los habitantes de Guadalajara de ese entonces leían periódicos;⁶ de este porcentaje, solamente 16% afirmaba hacerlo todos los días.

Cuatro años después, en 2010, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta) entregó los resultados de la «Encuesta nacional de hábitos, prácticas y consumos culturales 2010». En este trabajo se establece que 46% de la población dice nunca leer los periódicos y tan solo 6% dice hacerlo entre cinco y siete días por semana, es decir, casi diario.

Estos estudios revelan que hay pocos lectores en una ciudad del tamaño de Guadalajara y en términos proporcionales el porcentaje de lectores ha disminuido en los últimos 20 años: pasó de ser 16% de la población en 1990 a 6% en 2010. Esto puede reforzar la hipótesis esbozada en el apartado anterior, en el cual se señalaba que es muy probable que sean prácticamente los mismos lectores los que en 1990 compraban periódicos, a los que lo hacían en 2010. No obstante, hace falta más evidencia para sostener esta hipótesis como afirmación.

La información anterior sugiere que son pocos los tapatíos que leyeron periódicos entre 1990 y 2010, pero de los que sí leyeron periódicos, ¿cuáles preferían? Para responder a esta pregunta, nos basamos, una vez más, en documentos internos del Archivo *Siglo 21*, así como en investigaciones comerciales y académicas que buscaron, en distintos años y con diversas metodologías, establecer el nivel de lectoría de cada uno de los diarios tapatíos.

En la década de los noventa la información fue escasa, por lo que nuestra fuente principal fue el Archivo *Siglo 21*. Por ejemplo, en 1992 este periódico hizo una encuesta de 1 050 casos entre la población de la ZMG. Tal como lo muestra la tabla 4, en aquel entonces el diario más

el área conurbada; 640 en Monterrey, y 400 en Guadalajara. Las entrevistas se llevaron a cabo de manera personal en vivienda. Tanto la vivienda como el entrevistado se seleccionaron de forma aleatoria sistemática en cada punto. El margen de error teórico de la encuesta es de +/-3.4% para el Distrito Federal, +/-3.9% para Monterrey y +/-5% para Guadalajara, con un nivel de confianza de 95% (Arizpe, 2002).

⁶ Por cierto, este dato coincide con la «Encuesta Nacional de Lectura» (Conaculta, 2006), donde se señala que 42% de los tapatíos dice leer periódicos.

leído era *El Informador* con 57% de las preferencias; después, estaba *El Occidental* con 28% y finalmente otros periódicos locales o de circulación nacional.

Tabla 4. Porcentaje de lectores de periódicos generalistas de Guadalajara en 1992

Periódico	Frecuencia	Porcentaje	Periódico	Frecuencia	Porcentaje
<i>El Informador</i>	600	57.10	<i>El Financiero</i>	10	1.00
<i>El Occidental</i>	295	28.10	<i>Esto</i>	3	0.30
<i>Ocho Columnas</i>	76	7.20	<i>Excélsior</i>	3	0.30
<i>La Jornada</i>	19	1.80	<i>El Diario</i>	2	0.20
<i>Por Escrito</i>	16	1.50	<i>El Sol</i>	2	0.20
<i>Siglo 21</i>	12	1.10	<i>El Heraldó</i>	1	0.10
<i>El Jalisciense</i>	10	1.00	<i>En pocas palabras</i>	1	0.10

Fuente: Archivo *Siglo 21*.⁷

En 1993 y 1994, *Siglo 21* contrató a varias casas encuestadoras para realizar trabajos de investigación. Está, por ejemplo, la labor realizada por «Mercatec de Occidente SA de CV», que hizo dos estudios en donde encuestó, en cada ejercicio, a 1 616 personas en la ZMG.

Tabla 5. Porcentaje de lectores de periódicos generalistas en Guadalajara en 1993 y 1994

Año	1993	1994
<i>El Informador</i>	47.1	47.55
<i>El Occidental</i>	26.4	20.50
<i>Siglo 21</i>	10.8	20.12
<i>Ocho Columnas</i>	9.7	7.55
Otros	6.1	4.27

Fuente: Archivo *Siglo 21*.

En este trabajo es posible observar una disminución de lectores para *El Informador*, pero particularmente para *El Occidental*. Entre 1991 y 1994 se dio el primer cambio en la repartición del mercado de circulación y lectoría, pues *Siglo 21* comenzó a desplazar a

⁷ Documento: «Reporte de resultados. 1050 casos». Empresa: Quantum Sistemas Decisionales de México SA de CV. Fecha: 20 de mayo de 1992.

El Occidental y a quitarle algunos puntos de mercado a *El Informador*. Una década después *Público-Milenio* y *Mural* se harían de esta parte del mercado tapatío.

En 1995 *Siglo 21* hizo otro estudio de mercado de lectores, pero ahora con la consultora «INDEMERC Louis y Harris», en donde se entrevistaron a 700 personas para conocer sus hábitos de compra y lectura de periódicos (véase tabla 6).⁸ Este estudio llegó a las siguientes conclusiones.

Poco menos de la mitad de la población lee periódicos (45%). *Siglo 21* y *El Occidental* pelean seriamente por el segundo lugar de la plaza, aunque se detecta que sus perfiles de lectores son diferentes ya que *Siglo 21* se ubica mayormente conforme aumenta el nivel socioeconómico y entre los jóvenes. *El Informador* tiene una circulación 2 veces a 1 frente a *Siglo 21*. *Ocho Columnas* es 7 veces menor que *Siglo 21* o *El Occidental*. Los otros periódicos no tienen importancia.

Tabla 6. Porcentaje de lectores de periódicos generalistas de Guadalajara en 1995

Periódico	Porcentaje
<i>El Informador</i>	48
<i>Siglo 21</i>	23
<i>El Occidental</i>	21
<i>Ocho Columnas</i>	3
Otros	4

Fuente: Archivo *Siglo 21*.

Estos estudios pueden ser comparados con el trabajo del investigador Francisco Aceves, en el que a través de un sondeo, calculó las preferencias de lectura de periódicos de los tapatíos, en 1993 y 1994:

No obstante que más de veinte diarios conformaban la oferta de la prensa escrita, los usuarios de la prensa en Guadalajara concentraron su preferencia

⁸ El documento donde aparece esta encuesta se titula: «Análisis del perfil, hábitos e imagen de los periódicos en Guadalajara» y tiene como fecha junio de 1995. Es un estudio que se condujo entre el 15 y el 21 de mayo de 1995. Se hicieron 700 encuestas, a través de un muestreo estratificado, aleatorio y por cuotas. Se entrevistaron personas entre 18 y 64 años de edad. Tiene un 95% +/- 3% de nivel de confianza y precisión.

en tres diarios locales: *El Informador*, *El Occidental* y *Siglo 21* que representaban en conjunto 94.7% y 83.9% de los lectores de prensa en los sondeos de diciembre y agosto respectivamente. De esta concentración de las preferencias hacia los diarios locales, entre los que destaca la hegemonía ejercida por *El Informador* podría inferirse que la exposición a la prensa escrita, se encuentra vinculada a la obtención de información sobre el entorno cercano. Pero también, en el lapso comprendido entre ambos sondeos, se advierten modificaciones significativas en las preferencias de los usuarios, como el desplazamiento sufrido por *El Occidental*, al ser relegado del segundo sitio que ocupaba por *Siglo 21* (1995: 148).

En 1996, *Siglo 21* contrató al Centro de Estudios de Opinión (CEO) de la Universidad de Guadalajara (UdeG) para hacer estudios de lectoría en la ciudad. Las fechas de los resultados son del 27 de julio de 1996, 16 de junio de 1996, 19 de enero de 1996, 21 de noviembre de 1995 y 27 de octubre de 1995, y dice haber entrevistado a 603 personas que leen al menos el periódico una vez por semana. En este estudio es evidente el desplazamiento de *Siglo 21* al segundo lugar y de *El Occidental* al tercero.

Tabla 7. Porcentaje de lectores de periódicos generalistas de Guadalajara en 1996

Periódico	Porcentaje
<i>El Informador</i>	42
<i>Siglo 21</i>	36
<i>El Occidental</i>	14
Otros	8

Fuente: Archivo *Siglo 21*.

El 13 de septiembre de 1997, cinco días después de haber salido *Público* a las calles, *Siglo 21* hizo su último estudio de mercado. La investigación estuvo a cargo del CEO, y constó de 597 casos efectivos a través de un muestreo aleatorio estratificado de 95% de confiabilidad. Es importante señalar lo siguiente: fueron entrevistados todo tipo de personas, pero si no eran lectores de periódicos, ahí terminaba el ejercicio, y si la persona entrevistada no había leído *Siglo 21*, se daba por concluida la entrevista. Por ello, *Siglo 21* aparece como el periódico con mayor lectoría en la ciudad.

Tabla 8. Porcentaje de lectores de periódicos generalistas de Guadalajara en 1997

Periódico	Porcentaje	Periódico	Porcentaje
<i>El Informador</i>	36.30	<i>Público</i>	4.90
<i>El Occidental</i>	15.80	<i>El Sol de Guadalajara</i>	0.50
<i>Siglo 21</i>	38.20	<i>El Financiero</i>	1.00
<i>Ocho Columnas</i>	2.50	Otro	0.80

Fuente: Archivo *Siglo 21*.

En 2001, 2002, 2003 y 2006 Pablo Arredondo presentó cuatro encuestas, a las cuales tituló: «Encuesta estatal de medios y audiencias en Jalisco. Reporte de investigación»⁹ y «Los medios de comunicación y las audiencias».¹⁰ Es muy interesante observar cómo es que *El Informador* siguió teniendo una supremacía en el mercado de lectores de periódicos con 44.9% y 46.4%. En el caso de *Público-Milenio* se mantuvo en segundo lugar, pero es notable su caída de casi 10 puntos porcentuales en un lustro.

⁹ Este estudio, realizado por Pablo Arredondo Ramírez, en colaboración con Marco Antonio Cortés Guardado, Jorge Ramírez Plascencia y Cecilia Shibya Soto, tuvo la siguiente vitrina metodológica. Universo: población de 16 años en adelante del estado de Jalisco; tamaño de la muestra: 1 450 casos, con margen de error de + - 4% y un nivel de confianza de 95%; muestreo: estratificado por regiones, según sexo y edad; puntos de levantamiento: 41 localidades de las 12 regiones del estado de Jalisco (Altos Norte, Altos Sur, Centro, Ciénega, Costa Sur, Costa Norte, Norte Sierra de Amula, Sierra Occidental, Sur, Sureste y Valles); fecha de levantamiento: 1 a 25 de septiembre de 2011; población según sexo: femenino 52%, masculino 48%; población por grupos de edad: 16 a 20 años (16.1%), 21 a 35 años (33.3%), 36 a 50 años (34.3%) y 51 años en adelante (16.2%).

¹⁰ Este estudio realizado por Pablo Arredondo Ramírez tuvo la siguiente vitrina metodológica. Cobertura de la encuesta: estado de Jalisco; universo de estudio: población de 16 años en adelante, residente en el estado de Jalisco; tamaño de la muestra: 957 casos, con representatividad en ZMG y resto del estado; confiabilidad estadística: 95%; grado de error estadístico: +/- 5%; técnica de muestreo: muestreo aleatorio estratificado polietápico (ZMG, resto del estado, municipio, ageb, sexo, edad); puntos de levantamiento: 46 municipios; fecha del levantamiento: febrero y marzo de 2006; técnica de levantamiento de campo: domiciliada, entrevista cara a cara.

Tabla 9. Porcentaje de lectores de periódicos generalistas de Guadalajara y del resto de Jalisco en 2001, 2002, 2003 y 2006

	2001		2002		2003		2006	
	ZMG	Resto de Jalisco	ZMG	Resto de Jalisco	ZMG	Resto de Jalisco	ZMG	Resto de Jalisco
<i>El Informador</i>	44.9	11.9	47.7	12.8	48.6	24.4	46.4	16.4
<i>Público-Milenio</i>	21.1	5.7	15.1	6.9	14.5	6.7	11.7	5.2
<i>Mural</i>	9.9	3.1	9.1	3.0	8.1	3.3	6.1	4.3
<i>El Occidental</i>	9.9	14.9	8.9	12.8	9.8	14.4	8.7	9.5
<i>Ocho Columnas</i>	5.7	18.6	6.3	10.3	6.4	11.1	4.6	6.0
<i>El Tren</i>	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i	7.1	s/c
<i>Récord</i>	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i	3.6	0.9
<i>Esto</i>	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i	2.0	1.7
<i>Sólo Ofertas</i>	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i	2.0	0.9
<i>Nuevo Siglo</i>	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i	2.0	0.9
<i>Otros</i>	8.5	45.9	6.5	6.9	11	7.8	4.5	41.3
<i>NS/NC/NR</i>	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i	1.3	4.3
<i>El Travieso</i>	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i	s/c	4.3
<i>Provincia</i>	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i	s/c	4.3
<i>Nacionales</i>	s/i	s/i	6.3	12.8	1.7	7.8	s/c	s/i
<i>Regionales</i>	s/i	s/i	0.3	34.5	24.4	0	s/c	s/i

Fuente: Arredondo (2001, 2002, 2003, 2006).

El último registro de lectoría de periódicos data dos años después del trabajo entregado por el investigador de la UdeG y son los resultados de una encuesta realizada por la empresa «Ipsos Bimsa» y pagada por *El Informador* (MPM, 2008, 2009, 2010). Esta empresa midió el porcentaje de lectores en Guadalajara, a través de 10 000 entrevistas al año (Televisa GDL tu estación, 2011).

Tabla 15. Porcentaje de lectores de periódicos generalistas de Guadalajara en 2008, 2009 y 2010

	2008	2009	2010		2008	2009	2010
<i>El Informador</i>	49	50	55	<i>Público-Milenio</i>	14	8	7
<i>El Occidental</i>	11	12	11	<i>Ocho Columnas</i>	5	4	4
<i>Metro</i>	s/i	13	11	Otros	7	4	3
<i>Mural</i>	13	9	9				

Fuente: Elaboración propia con base en MPM.

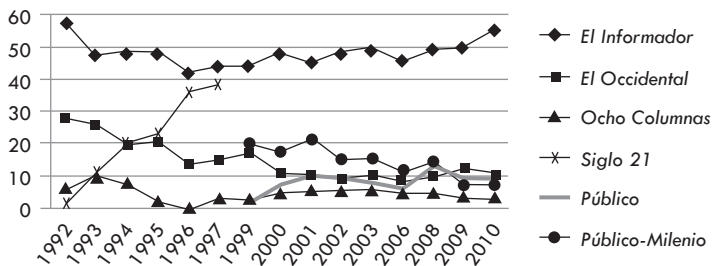
Con la tabla anterior concluye la revisión disponible sobre lectoría de periódicos en Guadalajara entre 1990 y 2010. En la gráfica 1 se realizó una representación de toda la información recabada. Esta gráfica arroja ciertas regularidades e irregularidades del sistema. La primera es que *El Informador* es el periódico más leído de Guadalajara, pues durante las dos décadas mantuvo la mayor cantidad de lectores. Nunca bajó de 35% del mercado y al final del periodo de estudio llegó a tener hasta 55% (según su propio estudio). En este tiempo *Siglo 21* fue el único periódico que logró superar el número de lectores de *El Informador* en 1997, según su propia encuesta. Sin embargo, vale la pena revisar, una vez más, la metodología usada para percatarse por qué los números favorecen a *Siglo 21*.

Aunque no se pudo encontrar información de cada uno de los 20 años que van de 1990 a 2010, es claro que a partir de 1994 comienza un declive en la lectura de *El Informador* y del resto de los periódicos:

Ricardo del Valle del Peral, director-gerente de *El Occidental*, *El Sol de Guadalajara*, *Esto Jalisco* y próximamente *La Prensa*, señala que el mercado se ha deprimido aún más a causa de la crisis económica de 1994. Los periódicos, dice, se han vuelto un producto fuera del alcance de un amplio sector de la población, que además tiene acceso gratuito a las noticias a través de los medios electrónicos (Rico, 1999: 68).

El Occidental fue el periódico que perdió la mayor porción del mercado de lectores. En la gráfica 2 es clara su constante caída. Por otra parte, en la década de los noventa *Siglo 21* tiene un despegue vertiginoso a partir de 1993, en 1994 iguala los número de *El Occidental* y después sigue subiendo, hasta que desaparece en 1998. Después encontramos que durante estos años hay una disputa por una tercera parte del mercado de lectores entre varios periódicos. A partir de 2006 esta disputa se da entre *Público-Milenio*, *Mural*, *El Occidental* y *Ocho Columnas*.

Gráfica 1. Porcentaje de lectores por periódico en Guadalajara 1992-1999 y 2001-2010



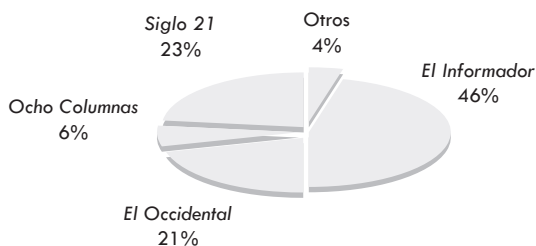
Fuente: Elaboración propia con base en Archivo *Siglo 21*, Arredondo (2006) y MPM.

La gráfica 2 muestra un promedio de los niveles de lectoría, pero exclusivamente entre los años 1992 y 1997. Esta representación es muy valiosa pues ayuda a entender las características del mercado de lectores de periódicos en Guadalajara, en el que había un jugador dominante (*El Informador*), dos jugadores fuertes con casi un cuarto del mercado cada uno (*Siglo 21* y *El Occidental*) y una serie de publicaciones que competían por pequeñas fracciones del mercado.

En la gráfica 3 aparece el promedio de lectoría entre 2001 y 2010. Si recordamos lo dicho en las secciones anteriores, esta gráfica ilustra perfectamente que la circulación de periódicos en Guadalajara no varió mucho entre 1990 y 2010. En un análisis más detallado, tenemos el caso de *El Informador* que repuntó en su número de lectores entre 2006

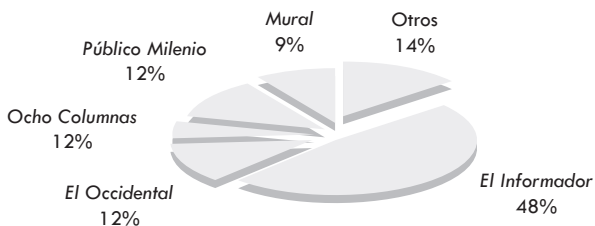
y 2010, acaparando la mitad del mercado. El otro 50% del mercado se repartió entre competidores de menor tamaño. *Público-Milenio* y *Mural* se quedaron con el mercado que *Siglo 21* ganó y le quitó a *El Occidental*. *Ocho Columnas* oscila entre 4 y 5% y crece el mercado de «otros» hasta 16%. Esto último es comprensible, pues a lo largo de estos años entraron al mercado periódicos no generalistas, pero que también son parte del mercado de lectores. En particular, llegaron a la plaza periódicos deportivos como *Esto o Récord*, o policiales como *Metro*, *La Prensa Jalisco* o *Exprés*, todos de capitalistas no jaliscienses.¹¹

Gráfica 2. Promedio de lectores de periódicos generalistas de Guadalajara entre 1992 y 1997



Fuente: Elaboración propia con base en Archivo *Siglo 21*, Arredondo (2006) y MPM.

Gráfica 3. Promedio de lectores de periódicos generalistas de Guadalajara entre 2001 y 2010



Fuente: Elaboración propia con base en Archivo *Siglo 21*, Arredondo (2006) y MPM.

¹¹ Para profundizar en la proliferación de tabloides policiales en estos años, véase Blas y Contreras (2012).

Conclusiones

Entre 1990 y 2010 el sistema tuvo una serie de regularidades e irregularidades notables. Uno de los elementos que se mantuvieron estables es que los 10 periódicos analizados tuvieron una propiedad familiar y de un solo dueño (que en todos los casos son varones, es decir, no hubo propietarias), excepto el caso del periódico *Público*, que tuvo una estructura integrada por varios accionistas. Es notable este caso, particularmente porque fue efímero: el periódico terminó siendo comprado por una empresa familiar y de un solo dueño (Grupo Multimedios).

Las familias en cuyas manos estuvo la propiedad de estos diarios se caracterizaron por ejercer una alta ascendencia política y económica en sus comunidades de origen. Sobresalen, por ejemplo, los casos de la familia Álvarez del Castillo, dueña de *El Informador* y la familia Leño, propietaria de *Ocho Columnas*. La primera es una familia que desde hace más de 100 años se ha destacado por contar entre sus miembros, a importantes funcionarios públicos (alcalde, regidor, embajador, gobernador), así como a célebres empresarios. La segunda tuvo una importante influencia política y económica al ostentar una universidad privada que vivió sus mejores años en las décadas de los setenta y ochenta del siglo XX, así como importantes desarrollos inmobiliarios en las ciudades de Guadalajara y Colima. Por otra parte, hay familias de características similares, pero que provienen de otras partes del país, como los Vázquez Raña (ciudad de México) o los González y Junco De la Vega (Monterrey).

Este rasgo, en términos de economía política, es muy relevante pues indica que la prensa de Guadalajara estuvo controlada por élites sociales que defendieron intereses muy particulares. Esto habla de un sistema de propiedad anticuado y tradicionalista y por el contrario, poco vanguardista. Esta estructura genera un control poco democrático del sistema de medios de comunicación, ya que las decisiones editoriales trascendentes se toman a partir de los intereses personales de un dueño (Lawson, 2002: 176) y no por estructuras empresariales de varios accionistas con voz y voto, o por empresas públicas que cotizan en la bolsa y que son dirigidas por especialistas en la materia. Tampoco se vislumbra, por ejemplo, la creación de periódicos generalistas que sean propiedad de los periodistas (cooperativas) o que sean abiertamente propiedad del poder público (empresas de Estado).

La transformación más importante de los periódicos de Guadalajara está en el origen de su capital económico: en 1990 *El Occidental* era el único periódico en Guadalajara cuyo dueño no era de origen local; en 2010 las cosas se invirtieron, pues solamente *El Informador* y *Ocho Columnas* eran periódicos con bases económicas locales. Esto coincide con otros procesos económicos nacionales que investigadores como Enrique Valencia (2000) han documentado y que refieren al declive económico del estado de Jalisco frente a otros estados como el de Nuevo León. En el caso de los periódicos esto tuvo como consecuencia que en Guadalajara se establecieran tres periódicos cuyo capital provenía de otras partes del país: *Mural* y *Público-Milenio* de Monterrey, así como *La Jornada Jalisco* de Michoacán. En el camino se quedaron las inversiones de periódicos locales como *El Jalisciense*, *El Diario de Guadalajara*, *Por Escrito*, *Tiempo de Jalisco*, *Siglo 21* y *Público*. Estos últimos dos fueron empresas que buscaron entrar a competir al mercado de periódicos durante el periodo de estudio, pero ambos fracasaron; en cambio, los periódicos de origen neoleonés, si bien no han tenido resultados espectaculares (incluso se dice que tienen pérdidas económicas), sí se mantuvieron en circulación.

Estas transformaciones fueron parte de procesos de concentración horizontal de las empresas periodísticas en un nivel nacional. Estos procesos económicos, que también tuvieron un correlato en un nivel global, fueron alentados por la expansión de los grupos regiomontanos a Guadalajara y a otras ciudades del país, así como por la muerte de empresas periodísticas de capitales locales. La OEM fue el primer grupo periodístico que comenzó a expandirse por todo el país durante la primera mitad del siglo XX. Cuatro décadas después Grupo Reforma, Grupo Multimédios y *La Jornada Jalisco* (todos de forma diferenciada), comenzaron a hacer lo propio. Estos grupos o bien echaron a andar nuevos proyectos (como es el caso de *Mural*) o bien compraron empresas locales (como fue el caso de *Público*). Lo cierto es que para la segunda década de estudio estos grupos periodísticos se volvieron los jugadores más importantes de la industria y que constituyeron, entre otras cosas, el famoso «triángulo de oro».

En el nivel local también se puede señalar la incapacidad (o indiferencia) de los empresarios jaliscienses para participar exitosamente en la industria de la prensa escrita. Aunque haría falta un trabajo de

investigación más profundo, sí existe la idea de que los empresarios jaliscienses se quedaron rezagados una vez que el régimen de sustitución de importaciones concluyó en la segunda mitad del siglo XX, algunos piensan que han sido poco emprendedores y que han dedicado sus fuerzas al desarrollo económico a través de procesos poco productivos como la especulación inmobiliaria (Bazdresch, 2000: 44). En el caso de la industria de periódicos, quienes emprendieron la aventura de echar a andar un nuevo proyecto fracasaron por múltiples causas, que van desde la falta de pericia en el negocio, hasta cuestiones más complejas como la dificultad de competir con entidades económicas tan fuertes como los consorcios ya mencionados.

Las consecuencias periodísticas de estos procesos de concentración, así como de los fracasos empresariales de orden local, ameritan una amplia agenda de investigación que pueda llevar a indagar en torno a la tendencia a la centralización de la producción informativa. En el caso de los periódicos generalistas estudiados en esta investigación también tuvieron cambios importantes en su producción informativa. En 1990 la mayor parte de la información provenía de lo que se producía en las redacciones locales; en 2010, a través del fenómeno de la «edición local», la información se maquilaba en distintas partes del país y del mundo. En este periodo se creó una tendencia a la centralización de la producción informativa: la información producida en ciertos polos de poder, especialmente en la ciudad de México, fue cada vez más abundante. ¿Cómo cambian las coberturas informativas a través de estos procesos?, ¿cómo afectan el desarrollo del campo periodístico en una localidad?, la centralización informativa reproduce la centralización política del país? Estas son algunas preguntas que podrían integrar una nueva agenda de investigación.

En la información presentada en páginas anteriores, es posible observar algunas tendencias del mercado de periódicos de la ciudad; sin embargo, realmente hace falta un trabajo de investigación mucho más preciso y sistemático para conocer a los medios de comunicación de Guadalajara, en este caso a sus periódicos generalistas. Esto nos lleva a dos reflexiones finales. La primera es que el trabajo que implicó conseguir todos los datos presentados fue extenuante, pues no están recopilados en ningún acervo y fueron producidos por diversas instancias. Esto tiene un grave problema de fondo: la información que tene-

mos es bastante inconsistente y está lejos de representar con claridad y exactitud lo que ocurre con estos periódicos locales. Dicha información nos da una idea de cómo fueron las cosas, pero hacen falta estudios rigurosos que puedan aportar elementos de una manera más fidedigna. La segunda reflexión es que la información presentada en la sección de «estructura de mercado», apenas alcanza un nivel descriptivo. Ahora hace falta complejizar la caracterización y medición de los mercados de las industrias culturales. ¿Qué significa que *El Informador* sea el que tiene el mayor porcentaje en los indicadores de tiraje, circulación y lectoría?, ¿qué balance sería el deseable?, ¿el nivel de concentración de esta industria es el adecuado o tiene niveles inaceptables?, ¿qué relación hay entre esta estructura de mercado y la calidad del diálogo público en la ciudad?, ¿qué relación hay entre estos periódicos y la calidad de la información periodística que circula en la ciudad? Como se puede apreciar, sabemos poco de las industrias culturales de Guadalajara desde una perspectiva económica, por lo que el campo y la agenda de investigación es todavía muy amplia.

Fuentes consultadas

- Aceves, Francisco (1995) «Prensa y elecciones. Patrones de exposición y consumo de la información política de la prensa escrita por los habitantes de Guadalajara, durante el proceso electoral de 1994». En *Comunicación y Sociedad*, núm. 25-26, pp. 139-174.
- Arizpe, Lourdes (2002) «Encuesta/Medios Impresos: Multiplicidad de lectores y lecturas». En *Mural*, 11 de abril.
- Arredondo, Pablo (2006) *Encuesta estatal sobre medios y audiencias en Jalisco*. Reporte preliminar. Guadalajara: UdeG-CEED-División de Estudios de la Cultura.
- (2003) «Encuesta estatal de medios y audiencias en Jalisco. Reporte de investigación». Guadalajara: UdeG-División de Estudios de la Cultura y Centro de Estudios Estratégicos para el Desarrollo.
 - (2002) «Encuesta estatal de medios y audiencias en Jalisco. Reporte de investigación». Guadalajara: UdeG-División de Estudios de la Cultura y Centro de Estudios Estratégicos para el Desarrollo.
 - (2001) «Encuesta estatal de medios y audiencias en Jalisco. Reporte de investigación». Guadalajara: UdeG-División de Estudios de la Cultura y Centro de Estudios Estratégicos para el Desarrollo.

- (2000) «Encuesta estatal de medios y audiencias en Jalisco. Reporte de investigación». Guadalajara: UdeG-División de Estudios de la Cultura y Centro de Estudios Estratégicos para el Desarrollo.
- Bazdresch, Miguel (2000) «Sociedad y cultura». En *Jalisco: diagnóstico y prospectiva*. Guadalajara: ITESO.
- Becerra, Martín y Guillermo Mastrini (2006) *Periodistas y magnates*. Buenos Aires: Instituto Prensa y Sociedad.
- Blas, Perla y Esteban Contreras (2012) «Prensa roja: un mercado opaco y poco ético». En *Quid: Análisis Crítico de Medios. Medios de Comunicación y Derecho a la Información en Jalisco, 2011*. Guadalajara: ITESO.
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes-Conaculta (2010) *Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumos culturales*. México: Conaculta.
- (2010a) *Atlas de Infraestructura y Patrimonio Cultural de México 2010*. México: Conaculta.
- (2006) *Encuesta nacional de lectura*. Disponible en http://sic.conaculta.gob.mx/publicaciones_sic.php
- De Dios, S. (1998) «Los medios informativos de Jalisco. Actualidad y perspectivas al comenzar el tercer milenio». Mimeo.
- Demers, Francois (2000) *Alena, démocratisation du Mexique et «Journalisme fonctionnel»*. Le cas du quotidien Siglo 21 de Guadalajara. Tesis de maestría. Guadalajara: UdeG.
- Fregoso, Gilberto y Enrique Sánchez Ruiz (1993) *Prensa y poder en Guadalajara*. Guadalajara: UdeG-CEIC.
- Gómez, Rodrigo y Gabriel Sosa-Plata (2011) *Los medios digitales: México*. México: The Open Society Foundations.
- Hernández, María (2001) «Rasgos característicos de la prensa de los noventa en Guadalajara». Conferencia dictada en el foro «Historia de los medios impresos en GDL», Fondo de Cultura Económica, Guadalajara, 17 de octubre.
- Ibarra, Gabriel (2011) «Entrevista en *Conciencia al Aire*». Programa de radio. México XEDK 1250 AM, 23 de mayo. Disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=dulUc6WNM0I>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía-INEGI (2012) «Censo de Población y Vivienda 2010». Disponible en <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ccpv/cpv2010/Default.aspx>
- (2012a) «XI Censo General de Población y Vivienda». Disponible en <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ccpv/cpv1990/default.aspx>

- Larrosa-Fuentes, Juan (2012) «Historia, estructura, producción y financiamiento de la prensa generalistas en Guadalajara: 1990-2010». Tesis de maestría. Guadalajara: UdeG.
- Lawson, Chappell (2002) *Building the Fourth Estate. Democratization and the rise of a free press in Mexico*. California: University of California Press.
- Medios Publicitarios Mexicanos-MPM (2010) *Medios Impresos*. Edición 205. Febrero. México: MPM.
- (2009) *Medios Impresos*. Edición 201. Febrero. México: MPM.
- (2008) *Medios Impresos*. Edición 200. Noviembre. México: MPM.
- Rico, G. (2002) «El frente occidental». En *Expansión*, 40-43.
- (1999) «La guerra civil de los diarios tapatíos». En *Expansión*, 66-73.
- Secretaría de Gobernación-Segob (2011) «Padrón Nacional de Medios Impresos». Disponible en <http://pnmi.segob.gob.mx/>
- Søllinge, Jette (1999) «Danish newspapers: Structure and developments». En *Nodicom Review*, pp. 31-76.
- Televisa, GDL tú Estación (2011) *Foro QDL* «El futuro de la prensa escrita». [podcast] Diciembre. Disponible en <http://www.ustream.tv/recorded/15185461>
- Trejo, Raúl (2005) *Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos*. México: Cal y Arena.
- Van Kranenburg, Hans y Annelies Hogenbirk (2006) «Issues in Market Structure». En Alan Albarran (ed.) *Handbook of media management and economics*. Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum Associated Publishers.
- Valencia, Enrique (2000) «Economía». En *Jalisco: diagnóstico y prospectiva*. Guadalajara: ITESO.
- Villanueva, Ernesto (2000) *Derecho mexicano de la información*. México: Oxford.
- Zepeda, Jorge (2005) «La Prensa en México o la víctima soberbia». En *Cuadernos de Periodistas Revista española de la Asociación de Prensa de Madrid*, 2, enero. Disponible en <http://www.jorgezepeda.net/01-09-2006/la-prensa-en-mexico-o-la-victima-soberbia/>
- (1994) «La prensa en transición». En *Siglo 21*, 18 de septiembre, p. 3.