



ITESO
Departamento de Estudios Socioculturales
Q ITESO: Análisis Crítico de Medios de Comunicación

Informe de investigación IV 28 de febrero de 2015

Cambios en el sistema de medios de comunicación de Jalisco en la coyuntura electoral 2015

Coordinadoras del proyecto:

Dra. Magdalena Sofía Paláu Cardona
Mtra. Graciela Bernal Loaiza

Coordinador(a) de la línea de investigación:

Mtro. Sergio René de Dios Corona

Investigadores:

Stephanie Montserrat Ibarra Palafox
Efrén Díaz Navarro
Gabriel Trujillo

Tlaquepaque, Jalisco, México
Enero – Junio 2015

1. Resumen Ejecutivo

El documento integra los principales hallazgos del censo que se realizó de la prensa de la Zona Metropolitana de Guadalajara, realizado del 24 de enero al 18 de febrero de 2015, y los cambios registrados. Este informe responde a uno de los proyectos del Observatorio Electoral Q-ITESO.

2. Ficha técnica

Nombre de la investigación:

Cambios en el sistema de medios de comunicación de Jalisco en la coyuntura electoral 2015

Integrantes

Coordinador: Sergio René de Dios Corona

Stephanie Montserrat Ibarra Palafox

Efrén Díaz Navarro

Gabriel Trujillo

3. Contexto

En Jalisco en un entorno de inseguridad y desconfianza, el pasado 28 de diciembre arrancaron las precampañas políticas locales, que concluyeron el 5 de febrero. En ese periodo, los medios de comunicación movilizaron sus recursos para cubrir las actuaciones y discursos de los contendientes a ser elegidos por sus partidos políticos como candidatos a las alcaldías de los 125 municipios de la entidad. También se realizaron las precampañas de los aspirantes a las candidaturas a diputados locales y federales. Las precampañas se configuraron en el espacio de presentación pública de los aspirantes a ser candidatos oficiales en la contienda electoral que culminará el 7 de junio, día de las elecciones.

Los medios de comunicación producen y circulan contenidos relacionados con las prácticas, tensiones y posiciones de los actores e instituciones que luchan por el poder político, en razón de sus propios intereses ideológicos, políticos y económicos, que en muchos casos predominan en perjuicio del interés público y social. Hoy por hoy, el sistema de comunicación en México ocupa una posición estratégica como actor político en el campo de la producción simbólica de la política local y nacional.

Durante los periodos electorales el sistema de medios de comunicación suele registrar cambios que se advierten, entre otros indicadores, en el surgimiento de nuevos medios o bien en la modificación de sus espacios y tiempos.

Para documentar tales cambios en el sistema de medios de comunicación en la entidad fue necesario, como punto de partida, elaborar primero un censo de los periódicos y revistas

impresas, radiodifusoras y televisoras locales, para después contrastarlo con distintas fuentes y compararlo con censos anteriores. La información obtenida permitirá dar cuenta de cuáles medios surgieron previo a las precampañas o durante el desarrollo de éstas.

Con base en lo anterior, el Observatorio Electoral Q-ITESO se avocó a construir un padrón de los medios informativos locales para profundizar posteriormente en una muestra, como parte del análisis crítico de algunos componentes del modelo de comunicación política del proceso electoral de 2015 en Jalisco.

3.1. Justificación

Los procesos de democratización pasan necesariamente por los de la comunicación, porque sin los medios de comunicación y ahora internet, sería prácticamente imposible que la clase política y los gobiernos logren cumplir sus propósitos políticos. El sistema de comunicación construye la mediación entre el sistema sociopolítico y el social, y por ello, las formas que utiliza para informar y representar la dinámica sociopolítica, incide significativamente en las percepciones y valoraciones que la ciudadanía tiene de la clase política y del gobierno. Por ello, es fundamental analizar críticamente su desempeño informativo en los procesos electorales.

Los conflictos, las disputas y la lucha simbólica entre candidatos y partidos políticos son elementos propios de las contiendas político electorales. Una de las arenas de lucha simbólica, quizá la más importante para los actores políticos, se reconoce en los medios de comunicación, y ahora, en las redes sociales en Internet. Las reglas del juego establecidas para la comunicación y propaganda política, se han convertido en armas de combate y defensa entre candidatos y partidos políticos ante las autoridades electorales, que estos últimos aprovechan y capitalizan política y mediáticamente. Desde esta perspectiva, se podría decir que las precampañas se han configurado en el primer ring de la lucha política entre los principales actores implicados en la contienda electoral: las autoridades, los candidatos y los partidos políticos.

3.2. Pregunta de investigación

¿Cómo está conformada la oferta de medios de comunicación de la Zona Metropolitana de Guadalajara?

A partir de la respuesta a esta pregunta se podrá avanzar en la investigación que responda a las siguientes interrogantes:

¿Cuáles son los nuevos medios y espacios informativos y/o de opinión que surgen en el sistema de comunicación masiva (prensa, radio y televisión) de Guadalajara, en el contexto del proceso electoral 2015 municipal, estatal y federal en Jalisco?

¿Cuáles son los nuevos medios de comunicación que surgen en Jalisco en el contexto del proceso electoral 2015? ¿Presentaron su política editorial para el periodo electoral? De ser así, ¿cuál fue ésta?

¿Cuáles son los nuevos espacios informativos y/o de opinión que surgen en Jalisco en su sistema de medios (prensa, radio y televisión) en el contexto del proceso electoral 2015?

¿Cuáles son los lineamientos editoriales de los nuevos medios y los nuevos espacios en el contexto del proceso electoral 2015?

3.3. Objetivo

Identificar, recopilar y analizar críticamente la emergencia de nuevos medios y espacios de información y/o de opinión, en el sistema de medios de comunicación de Jalisco, en el contexto de las campañas políticas de 2015.

4. Diseño de la investigación

4.1. Los medios a analizar

El estudio abarcó la recopilación e identificación de la totalidad de medios informativos impresos, radiofónicos y televisivos de la Zona Metropolitana de Guadalajara.

Como medios informativos impresos definimos a las publicaciones impresas que tienen determinada periodicidad e informan sobre acontecimientos diversos, con lo cual excluimos a los impresos comerciales no informativos.

4.2. Corpus

El corpus lo integraron el conjunto de medios informativos (prensa escrita, radiodifusoras y televisoras) de la Zona Metropolitana que estaban vigentes en enero y febrero de 2015.

4.3. Selección de las unidades de análisis

Para efectos de este trabajo, se entiende por unidad de análisis cada uno de los medios informativos locales identificados.

El método de búsqueda utilizado consistió en:

- a) Observación de campo y registro en 3 de los puestos de periódicos más importantes de la Zona Metropolitana de Guadalajara, ubicados en el cruce de la avenida Américas y la calle Pedro Moreno; en Pedro Moreno y Colón, y en avenida Juárez y 16 de Septiembre, todos en Guadalajara.

Salvo en el último expendio, donde el voceador impidió el registro completo de los impresos, de los otros dos se tiene la información.

- b) Registro directo en el cuadrante de cada uno de los medios radiofónicos que se escuchan en la zona metropolitana, tanto de AM como de FM.
- c) Recopilación de datos en el sitio web del padrón nacional de medios de la Secretaría de Gobernación.
- d) Recopilación de datos en el sitio web de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión.
- e) Registro directo, en una televisión, de cada uno de los canales televisivos abiertos y de paga.
- f) Registro del Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2014 del Instituto Nacional Electoral (INE).
- g) Registro en Google de los periódicos de Guadalajara.
- h) Registro en Facebook en busca de medios informativos.
- i) Registro del padrón de Infraestructura de Estaciones del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFETEL).
- j) Padrón elaborado por estudiantes del periodo Otoño 2014 del PAP Q Observatorio del ITESO.
- k) Consulta a periodistas locales, como informantes clave, para precisar algunos datos.

4.4. Instrumento de codificación y registro

Una vez identificados y registrados los medios, se diseñó una matriz de codificación en word para su correspondiente procesamiento.

5. Resultados

A continuación se presentan los principales hallazgos:

Cuadro No. 1
**PERIÓDICOS QUE CIRCULAN EN LA ZONA METROPOLITANA DE
GUADALAJARA**

Febrero 2015

Nombre	Periodicidad
Capital	Lunes-Viernes
Excélsior	Diario
El Universal	Diario
El País	Diario
Estadio	Diario
Uno + Uno	Diario
La Razón	Diario
Economista	Lunes-Viernes
The News	Lunes-Viernes
Ovaciones	Diario
La Crónica de México	Diario
El Sol de México	Diario
El Financiero	Diario
Reforma	Diario
Récord	Diario
Reporte Índigo Guadalajara	Lunes – Viernes

Polideportivo	Lunes-Miércoles Viernes
Informador	Diario
Occidental	Diario
Esto	Diario
Milenio Jalisco	Diario
Metro	Diario
Página 24	Diario
Mural	Diario
La Prensa	Diario
La Jornada Jalisco	Diario
Crónica Jalisco	Diario
Tribuna libre	Semanario
Buenas noticias	Mensual
El Sol de Guadalajara	Diario
Metro	Diario
Más por más edición Guadalajara	Diario
El Tren	L u n e s - M i é r c o l e s - Viernes
Publimetro edición Guadalajara	Lunes - Sábado
24 horas	Diario
Semanario del Arzobispado de Guadalajara	Semanario
La Gaceta de la Universidad de Guadalajara	Semanario
Conciencia Pública	Semanario
Guadalajara Reporter	Semanario
Zeta	Semanario
Crítica	Semanario

Trayecto Informativo	Semanario
Semanario Informante	Semanario
El Respetable	Semanario
Mi pueblo vida y expresión de la Providencia	Bimensual

Sin incluir a tres periódicos impresos de reciente aparición, en la Zona Metropolitana de Guadalajara circulan 45 periódicos, dato que se obtiene de cruzar los distintos registros obtenidos en la investigación.

De los 45 periódicos, 26 son diarios, dos se ofertan tres días a la semana, cuatro sólo cinco días a la semana, uno se publica seis días por semana, diez son semanarios, uno es mensual y un bimensual. Los 26 diarios representan casi 58% del total de la oferta en la ZMG.

De los 45 periódicos, 15 provienen de la Ciudad de México y uno de Tijuana, y representan 33% del total; es decir, una tercera parte. Los restantes 29 son editados en la ZMG, salvo uno de la ribera de Chapala, y significan 64%. Es decir, que uno de cada tres periódicos se edita en la capital del país.

De los referidos 45 medios impresos, siete son gratuitos: *Buenas Noticias Jalisco*, *Más por Más*, *El Tren*, *Publimetro*, *24 horas*, *Semanario Informante* y *Crítica*. Es decir, 15.5% del total.

El reporte de investigación no incluye a los periódicos comerciales gratuitos, dado que no son informativos, como *Sólo Ofertas*, por ejemplo.

De los periódicos impresos, tres son editados no por empresas periodísticas sino por instituciones; uno, el *Semanario Arquidiocesano de Guadalajara*, dirigido por el Arzobispado tapatío; dos, *La Gaceta*, órgano informativo de la Universidad de Guadalajara, y tres, el periódico *Buenas Noticias Jalisco*, a cargo de la Dirección de Comunicación Social del Gobierno del Estado de Jalisco, que surgido a principios de 2014 destaca por tener un tiraje mensual que rebasa los 300 mil ejemplares.

Como dato anexo, poco antes de la investigación habían desaparecido dos diarios: *Express* y *Récord*. El segundo dejó de circular en noviembre de 2014 y el primero en enero de 2015.

El Padrón Nacional de Medios de la Secretaría de Gobernación (Segob) no tiene registro de todos periódicos luego de que solamente hace referencia a 13 en la ZMG: *El Informador*, *El Occidental*, *El Sol de Guadalajara*, *El Tren*, *Esto de Jalisco*, *La Jornada Jalisco*, *La Prensa Jalisco*, *Metro*, *Milenio Diario Jalisco*, *Mural*, *Publimetro*, *Sólo Ofertas* y *Mi Pueblo Vida y Expresión de la Providencia*; aunque de éste último no se reportó su existencia en los puestos de periódicos,

además de que, según Segob, su tiraje reportado es de 3,500 ejemplares que supuestamente se reparten en cinco entidades y la Ciudad de México.

Mucho más limitado que el de la Segob, en cuanto a que no registra a los medios impresos reales, es el Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2014, del Instituto Nacional de Electoral (INE). En su archivo, el organismo electoral consigna en Jalisco únicamente a cinco periódicos impresos: *Mural*, *El Informador*, *El Occidental*, *Publimetro* y *Récord*.

Lo anterior significa que la Segob no tiene registrados en su padrón a 18 de los periódicos impresos que circulan en la ZMG y el INE deja fuera de su catálogo a 26. De aquí se desprende que el monitoreo realizado por las autoridades electorales no abarca a la mayoría de los medios informativos impresos de la ZMG.

Los padrones de ambos organismos (Segob e INE) son tan distintos que sólo coinciden en registrar a cuatro periódicos: *El Occidental*, *El Informador*, *Mural* y *Publimetro*.

Durante el periodo de precampañas surgieron nuevos periódicos impresos, tres de los cuales fueron:

- a) *El Diario de Guadalajara*, que apareció el 1 de febrero de 2015, es gratuito, tabloide, y en su primer número en la portada publica de foto central al gobernador Aristóteles Sandoval Díaz, con el título “El gobierno de Jalisco rumbo al tercer año” y de subtítulo “Siguen al pie de la letra el manual de crisis”. Si bien aparece en Facebook no se dispone de un ejemplar.
- b) Otro es el *Guadalajara Times*, que se presenta como “un periódico con clase. Un periódico cosmopolita”. La edición 01 tiene como fecha Enero 2015. El ejemplar impreso coloca en portada, como nota principal, que “En 2017 abrirá en Jalisco un hotel Louis Vuitton”. Es un periódico tabloide, de información general, con más publicidad que información. En febrero publicaron el número 02, de lo que se infiere que es mensual. Es de 16 páginas.
- c) Un tercer periódico que apareció en plenas precampañas se llama *El Popular*. En su portada aparece como nota de portada el entonces precandidato del PAN a la alcaldía de Guadalajara, Tomás Coronado, y el título “Tomás Coronado: ‘No se raja. Sí va’”. Es un periódico tabloide, de ocho páginas, que según su portada va en el Número 277, Año IV. Aunque asegura tener cuenta en Facebook, no se localizó. De acuerdo con el directorio, lo integran alumnos y exalumnos de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Guadalajara, y el Consejo Estudiantil de la Normal de Atequiza. Sin embargo, la UdeG no tiene una “Escuela de Periodismo”, como tal, salvo las dos licenciaturas en Periodismo que ofrece en sus campus de Ocotlán y Ciudad Guzmán. Durante la precampaña, miles de ejemplares se distribuyeron a los automovilistas, en avenidas de Guadalajara, por miembros del equipo del exprocurador General de Justicia del Estado durante el periodo de Emilio González Márquez.

En diciembre de 2014, cuando todavía no empezaban las precampañas, quien sería candidato del PRI a la Presidencia Municipal de Guadalajara, Ricardo Villanueva, apareció la fotografía de su rostro y su nombre en el semanario *Crítica* con el titular “El cambio está en marcha”, y en el también semanario *El Respetable* se publicó igualmente su cara y el titular “Ricardo Villanueva el político del año”. En tanto, los periódicos *La Jornada Jalisco* y *Crónica* publicaron el mismo titular: “Va Villanueva por Guadalajara”

Si se suman los tres periódicos anteriores, recién salidos al mercado en pleno proceso electoral, sumarían 48 los que circulan en la Zona Metropolitana de Guadalajara. Como los tres son gratuitos, se incrementarían a nueve los que se regalan. No se incluyeron en la lista total para destacar su aparición, porque no se tiene un ejemplar impreso de uno de éstos y se desconoce cuál o cuáles continuarán publicándose o si su puesta en la calle es meramente electoral y, por tanto, efímera.

Una dificultad con la que se enfrentó la indagación de los periódicos y revistas impresas en la ZMG es que, una parte de estos medios no se distribuye en expendios, vía suscripciones o en tiendas departamentales sino que circulan sólo en dependencias públicas como Ayuntamientos y el Congreso del Estado. No obstante, el recuento es bastante cercano a los que se ofrecen en el mercado mediático metropolitano.

CUADRO No. 2
REVISTAS QUE CIRCULAN EN LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA

Nombre	Periodicidad
Proceso	Semanal
El chamuco	Quincenal
Expansión	Mensual
Letras libres	Mensual
Vértigo	Mensual
México social	Mensual
National Geographic	Mensual
Arqueología	Mensual
Mejores practicas	Mensual
Vive la historia	Mensual
Voz voto	Mensual

Tierra fértil	Mensual
Speak up	Mensual
Hola!	Semanal
Vogue	Mensual
Glamour	Mensual
Elle	Mensual
Bazaar	Mensual
Quién	Quincenal
Revista del consumidor	Mensual
Soho	Mensual
Clio	Mensual
Mari Claire	Mensual
Fashion	Bimensual
Tv notas	Semanal
Cosmopolitan	Mensual
Vanidades	Mensual
Tú	Mensual
Instayle	Mensual
Veintitantos	Mensual
Muy interesante	Mensual
Conozcan mas	Mensual
Guía	Mensual
Cómo funciona	Mensual
Futbol	Mensual
Rolling Stone	Mensual

El censo anterior es una versión preliminar de las revistas que circulan en la ZMG, dado que la información se obtuvo sólo del puesto de periódicos ubicado en avenida Américas y Pedro

Moreno, en Guadalajara. Habrá que cotejarla y confrontarla con otros padrones y con mayor trabajo de campo.

Sin embargo, se puede señalar que por lo menos circulan 36 revistas en la ZMG, de las cuales la gran mayoría son de periodicidad mensual: 30. En tanto, tres son semanales, dos quincenales y una bimensual. Sus contenidos son de lo más variado: desde modas hasta política, deportes y música, entre otros temas.

No se tiene reporte de que haya surgido alguna revista durante el periodo preelectoral.

CUADRO No. 3

ESTACIONES DE RADIO DE LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA

Nombre de la estación	Banda	Frecuencia
Máxima FM	FM	89.1
Magia 89.9	FM	89.9
Señal 90	FM	90.7
Ultra 91.5	FM	91.5
Fiesta Mexicana	FM	92.3
Amor	FM	93.1
Imagen Guadalajara	FM	93.9
Planeta 94.7	FM	94.7
La Mejor	FM	95.5
Sistema Jalisciense de Radio y Televisión	FM	96.3
Ke buena	FM	97.1
Fórmula Melódica	FM	97.9
Stereo 99	FM	98.7
Romance 99.5	FM	99.5
Súper RMX	FM	100.3
Exa FM	FM	101.1
La Buena Onda	FM	101.9
Los 40 Principales	FM	102.7

La Tapatía	FM	103.5
Radio Univ. De GDL	FM	104.3
Millennium Bella música	FM	105.1
Extasis Digital	FM	105.9
Stereo Nova	FM	106.7
La Z	FM	107.5
Canal 58	AM	580
Riarte	AM	630
Radio Red	AM	700
La Explosiva	AM	730
Radio Gallito	AM	760
Radio Formula	AM	790
La Consentida	AM	820
Bonita	AM	850
Radio 880 triple A	AM	880
Radio María	AM	920
La Voz de Guadalajara	AM	960
Radio mujer	AM	1040
Radio Noticias	AM	1070
La popular	AM	1120
Radio metrópoli	AM	1150
W radio	AM	1190
Radio uno	AM	1220
DK	AM	1250
Cadena Nacional	AM	1280
Radio Vital	AM	1310
Radio ranchito	AM	1340

Súper deportiva	AM	1370
Canal 1410	AM	1410
ABC radio	AM	1440
Futbol 1480	AM	1480

La investigación muestra que en la ZMG se escuchan 49 estaciones de radio, de las cuales 24 son de FM y 25 de AM.

Si bien el padrón de la Infraestructura de Estaciones del IFETEL registra 26 estaciones de AM, de una de ellas, Fórmula Radiofónica SA de CV, no se escuchó la señal en el monitoreo directo.

El padrón del IFETEL no coincide con el de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión (CNIRT) que en su sitio web sólo registra 21 estaciones de Guadalajara. La CNIRT, por ejemplo, no incluye la estación XEJB de AM, con frecuencia 630, del Gobierno del Estado de Jalisco.

O bien, los datos de la CNIRT no coinciden tampoco con los del IFETEL en cuanto a de qué radiodifusora se trata. Por ejemplo, el Instituto dice que la frecuencia 1220 de la XEB AM es del Instituto Mexicano de la Radio, en la Ciudad de México, en tanto la Cámara señala que es de Radio Fórmula, XEDK – AM, de Guadalajara.

Estaciones de radio de FM el IFETEL registra en su padrón a 22 ubicadas en Guadalajara y la CNIRT a 20, por lo que en este caso tampoco coinciden en sus padrones.

Más allá del registro preciso o no de las estaciones de radio, durante el presente periodo electoral surgieron programas locales dedicados a la política. Entre ellos se anotan los siguientes:

- a) *Fórmula Política*, en el 1280 AM, que conducen Enrique Berzunza y Mario Ávila, a las 14 horas. El programa apareció el 19 de enero.
- b) *Entre Líneas*, en el 1440 AM, que conducirá Agustín Ramírez Góngora, a las 16 horas, a partir del 2 de marzo.
- c) *La Báscula*, en el 1070 de AM, se transmite en vivo a las 19 horas, y lo conduce Sergio Ramírez Robles, director del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión del Gobierno del Estado. El programa empezó en enero de 2015, se retransmite en la XEJB, en el 630 AM,

y en el canal de televisión C7, a las 23 horas, ambos del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión.

Analistas consultados estiman que en las próximas semanas es probable que aparezcan dos o tres programas más de corte político, lo cual se explica porque en abril y mayo de 2015 se realizarán las campañas electorales.

CUADRO No. 4

INFRAESTRUCTURA DE ESTACIONES DE TELEVISIÓN DE LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA

Concesionario/Permisionario	Canal
Universidad de Guadalajara	44
Universidad de Guadalajara	46
Corporación Tapatía de Televisión	5
Corporación Tapatía de Televisión	35
Televimex	2(+)
Televimex	26
Televisora de Occidente	4(-)
Televisora de Occidente	29
Televimex	9(+)
Televimex	24
Gobierno del Estado de Jalisco	7
Gobierno del Estado de Jalisco	25
Radiotelevisora de México Norte	21
Radiotelevisora de México Norte	22
Televisión Azteca	13
Televisión Azteca	33
Organismo Promotor de Medios Audiovisuales	27
Organismo Promotor de Medios Audiovisuales	43

Televisión Azteca	11
Televisión Azteca	31

De acuerdo con el padrón del IFETEL, en la ZMG se cuenta con la infraestructura de 20 estaciones de televisión. De esa cantidad, Televisa tiene 8 (sumando las de Corporación Tapatía de Televisión, Televimex y Televisora de Occidente) y Televisión Azteca aparece con 4.

A su vez, la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión indica en su sitio web que son cinco las emisoras televisivas en Guadalajara, todas de la cadena Televisa.

Un reporte de Otoño de 2014, de alumnos del Observatorio de Medios, indica que en cuanto a señal restringida pueden verse en Guadalajara más de 280 canales (TotalPlay tiene el paquete con más canales). Los prestadores de servicio que se monografiaron en esa asignatura fueron Megacable, Telecable de Zapopan, SKY, Dish y TotalPlay. Se prevé que se incorpore Izzy como nuevo servicio de Televisa.

Durante el periodo revisado no se tiene reporte de que se haya abierto alguna emisora televisiva nueva en la ZMG. En cuanto a posibles nuevos programas surgidos durante el periodo, no se tuvo conocimiento aunque es una indagación pendiente.

6. Conclusiones preliminares

A partir de la información recabada se puede llegar a las siguientes conclusiones que no son definitivas sino propias de un primer acercamiento:

6.1. El sistema de medios de comunicación en la ZMG registró cambios durante el periodo analizado, que comprendió parte de las precampañas electorales, y si bien no fueron notables las modificaciones sí permitieron identificar cierto dinamismo, en particular en la prensa escrita y la radio.

6.2. La investigación permitió identificar cómo sobresale por su mayor número la prensa diaria luego de que de cada diez periódicos que circulan en la ZMG, seis son diarios.

6.3. Destaca la mayor presencia de medios impresos locales, en tanto la prensa que se considera “nacional”, editada en la Ciudad de México, en realidad se distribuye de manera sólo simbólica al comercializarse en pocos expendios o tiendas, básicamente del Centro de Histórico de Guadalajara, de acuerdo con la revisión de campo.

6.4. Un padrón preciso y oficial de los medios impresos de la ZMG no existe. Difiere en cantidades y medios si se recurre a un registro directo en los expendios y se contrasta con censos oficiales como el de la Secretaría de Gobernación, lo cual refleja un descuido de las autoridades en cuanto a regular y transparentar con exactitud las cifras.

6.5. En la elaboración del padrón de medios metropolitanos destaca cómo tres de las más importantes instituciones locales, como son el Arzobispado de Guadalajara, la Universidad de Guadalajara y el Gobierno del Estado, disponen de sus propios periódicos impresos. También sobresale la presencia de ocho periódicos que son gratuitos, como una forma de circulación mediática que se ha consolidado en las últimas décadas en la ZMG.

6.6. El monitoreo de los medios impresos que tiene en su catálogo el INE y los que pretende monitorear durante la campaña electoral son pocos en relación al número real que circula en la ZMG. Es decir, que los ciudadanos desconocerán si esos medios no incluidos cumplirán con las normas electorales vigentes, y por tanto la información que proporciona el organismo electoral es incompleta.

6.7. A poco menos de dos meses de iniciar 2015, en plenas precampañas electorales, aparecieron por lo menos tres nuevos medios impresos. Si bien los tres son marginales por su periodicidad, tamaño, diseño y al parecer por su tiraje, en dos de ellos se advierte claramente que su objetivo más que informar tuvo una intencionalidad político electoral, al servicio de un precandidato o una autoridad. En ese contexto, medios impresos semanales o diarios inclinaron abiertamente sus simpatías electorales en los periodos previos a las precampañas, al publicar en sus portadas fotografías y textos favorables al ahora candidato oficial del PRI a la presidencia municipal de Guadalajara, Ricardo Villanueva. Se desconoce si detrás de esas decisiones de política editorial se hallaban también razones económicas. Se puede pronosticar, con base en esta información, que una parte de los medios locales impresos posiblemente registre una tendencia editorial y política más cercana a candidatos del partido tricolor.

6.8. Las revistas impresas que circulan en la ZMG rebasan la treintena, de acuerdo con este acercamiento preliminar para elaborar un censo. La mayoría se refieren a distintas temáticas y, en menor medida a la actividad política. Se trata de un mercado que exige mayor indagación.

6.9. En el caso de las estaciones de radio de la ZMG ocurre de igual manera que tanto las autoridades como la cámara que agrupa a los radiodifusores y televisores, difieren en sus registros. Pero más allá de eso, en ese sector se advirtió la creación de por lo menos tres nuevos programas surgidos durante la contienda preelectoral, uno de ellos conducido por el titular del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión. A eso se añade que concedores del medio consultados pronostican que surgirán más programas políticos radiofónicos, sobre todo cuando la lucha por el poder tendrá su mayor intensidad en los meses de abril y mayo de 2015, que serán de campañas electorales.

6.10. En las televisoras de la ZMG no se tiene registro de modificaciones, lo cual no implica que no hayan ocurrido pero que quedaron fuera del alcance y posibilidades de esta investigación. Esa es una tarea pendiente.