

¿Cuarto poder? Mercados, audiencias y contenidos en la prensa estatal mexicana

María Grisel Salazar Rebolledo*

Resumen: La literatura sobre prensa en México se ha concentrado en los diarios nacionales o en estudios de caso particulares sobre prensas locales. Pocos trabajos contrastan sistemáticamente las características de la prensa que se genera en los estados y su entorno, especialmente por la ausencia y dispersión de información. A partir de la elaboración de una base de datos original de 1217 titulares de los principales diarios estatales y sus mercados, este texto presenta un panorama de la prensa mexicana, que documenta empíricamente las intuiciones sobre la relación de ésta con sus audiencias y con el poder local. Los datos muestran que si bien en general hay desconexiones entre oferta y demanda, bajos tirajes y contenidos poco críticos, hay diversidad suficiente para proponer una nutrida agenda de investigación que explore las causas y efectos de las características de la prensa estatal.

Palabras clave: prensa, medios de comunicación en México, estudios subnacionales.

A Fourth Estate? Markets, Audiences and Contents of Mexico's Local Press

Abstract: Literature on Mexican press has focused on national newspapers or case studies on specific local presses. Only few works have systematically compared subnational press and its environment, mainly due to lack and dispersion of reliable data. Leaning on an original database of 1217 headlines of the main local newspapers and press markets traits, here I present a panoramic portrait of Mexican subnational press, empirically informing common intuitions about its relationships with readers and local power. Data shows that, although there are disconnections between supply and demand, low levels of diaries circulation and few critic contents, there is enough diversity to propose a research agenda to explore causes and effects of this features.

Keywords: press, Mexican media, subnational studies.

*María Grisel Salazar es profesora asociada del Centro de Investigación y Docencia Económicas, en Periodismo CIDE. Carretera México-Toluca 3655, Lomas de Santa Fe, 01210, Ciudad de México. Tel: 57 279 800, ext. 2356. Correo-e: maria.salazar@cide.edu. La autora agradece a los tres dictaminadores anónimos su lectura y sus valiosos comentarios.

Artículo recibido el 14 de febrero de 2017 y aceptado para su publicación el 14 de julio de 2017.

La gran mayoría de los diarios de provincia son de escasas cuatro o seis páginas, burdamente impresos y con informaciones locales rutinarias, presentadas sin novedad e imaginación; contienen pocas noticias de la República; sus comentarios son pobres.

Daniel Cosío Villegas, *La prensa y la libertad responsable en México*.

¿**Q**ué función desempeña la prensa mexicana en los estados?, ¿cómo informa a sus lectores sobre las realidades locales?, ¿cómo contribuye al debate público y la toma de decisiones? La prensa estatal es la prensa de las experiencias cotidianas, con la que los individuos rápidamente se conectan, la que no se centra —o no únicamente— en los sucesos de las lejanas metrópolis, sino que le habla al público directamente, con una voz familiar y cercana.

Hay una percepción extendida de que en México los diarios de los estados están muy alejados de desempeñarse como cuarto poder, asfixiados entre condiciones económicas precarias, controles gubernamentales y las crecientes amenazas de los actores violentos; sin embargo, existen pocos estudios que provean datos comparados sobre las condiciones materiales en las que se desempeña la prensa estatal, y de los contenidos que en ella se publican.

A partir de la sistematización de datos oficiales existentes y de la Base de Titulares de Medios Impresos (Base TIMIE), de elaboración propia, que recopila contenidos de diarios entre 2011 y 2013 se explora la prensa estatal mexicana en dos frentes: por un lado, las características de los mercados, con énfasis en las audiencias y la composición de los mercados y, por otro, la forma en la que ésta desempeña su función a partir del análisis de los titulares como espacio estratégico. Al retomar categorías propuestas por Hallin y Mancini (2004), este trabajo busca documentar con datos la relación que tiene la prensa con sus audiencias, a partir del análisis de mercados, y con el poder, a partir del análisis de sus contenidos; así como proporcionar insumos para estructurar una agenda de investigación que explore las variaciones que los datos reflejan.

Una aproximación histórica a la prensa local

La prensa local tiene funciones diferenciadas, historias y lógicas propias que reclaman su estudio por separado. Desde el siglo XIX, Tocqueville (1835) y Bryce (1888) hablaban del papel preponderante de los periódicos

locales para la cohesión comunitaria, al brindar a los individuos sentido de pertenencia e identificación, y propiciar la acción colectiva a través del tratamiento de los asuntos relevantes para esa comunidad. Es también, como ha señalado Anderson (1983), y lo han comprobado más recientemente Moy *et al.* (2006), un actor preponderante para la transmisión y reflejo de valores compartidos. La prensa local, especialmente la impresa, continúa siendo la principal informante de gran parte de la población en contextos de inequidades socioeconómicas y democracias en desarrollo,¹ y también es pieza clave para fortalecer la rendición de cuentas y la vigilancia sobre los actos públicos cuando ejerce un papel de “guardián independiente” (Norris, 2014), sobre todo en democracias no consolidadas, marcos de debilidad institucional (Smulovitz y Peruzzotti, 2000; Waisbord, 2000) y contextos de corrupción política (Coronel, 2000; Waisbord, 1994).

A pesar de lo anterior, la historia de la prensa en México se ha contado generalmente desde el centro, y con énfasis en una idea de cambio (Gurrero, 2009; Hughes, 2006; Lawson, 2002; Orme, 1997), que no necesariamente se verifica en lo estatal.² Con ello se han relegado las diferencias en el desarrollo de la prensa como empresa comercial e informativa, y las continuidades que persisten en la esfera local. Los marcados desfases en la llegada de la imprenta a los estados del país y en el inicio de la actividad periodística, nos habla ya de los diferentes derroteros de las prensas estatales, de las formas de organizar las empresas y de las variaciones en el público. Las imprentas y las prensas locales son, como dice Del Palacio (2004: 167), “relojes funcionando al mismo tiempo, pero en horas distintas”.

Es sólo en años recientes que la literatura sobre prensa estatal en México ha empezado a consolidarse, con estudios de caso producidos desde la comunicación o la historia, como los trabajos de De León, 2004, 2012; Espino y Mendoza, 2015; Larrosa, 2014; Martínez, 2006, Martínez *et al.*, 2009; Reyna, 2015, entre otros. Destacan los estudios de Del Palacio (2004, 2006, 2009, 2015) que han buscado ofrecer una visión más amplia, que abarque varias regiones. Desde la ciencia política, los intentos por caracterizar a la prensa mexicana como actor político local son aún escasos.

Aunque la relación de la prensa estatal con los gobernadores durante los años de la hegemonía priista está eclipsada por el control que se ejercía

¹ Por ejemplo, en México, según el Módulo sobre Lectura de la Encuesta a Hogares del INEGI (2017) señala que 44 por ciento de las personas lee prensa escrita para informarse.

² Siguiendo a Reyna (2016) hay que señalar textos que cuestionan esta idea del cambio. Los trabajos de Márquez (2012) y González (2013) son ejemplos de ello.

desde el ámbito nacional, había algunas diferencias notables respecto de lo que ocurría con la prensa federal, en donde la preeminencia de las estrategias informales mantenía el sistema en relativo equilibrio, permitiendo la aparición de la crítica ocasional sin comprometer el control gubernamental de los contenidos. Esto le daba flexibilidad y sustentabilidad a la relación entre medios y gobierno, y permitía al régimen mostrar su “tolerancia”, siempre y cuando no se atacara a las figuras intocables: el partido y el presidente (Lawson, 2002). Los controles estaban puestos más bien en el flujo de la información, en la manipulación de las concesiones y en el otorgamiento de beneficios económicos y fiscales de manera discrecional. En muchos casos, los gobernadores reprodujeron estos esquemas clientelares para mantener a raya a la prensa. La proliferación de periódicos “fantasma”, creados y financiados desde el gobierno para difundir los mensajes oficiales, fue y continúa siendo una práctica habitual que se corrobora con la inconsistencia entre el número de lectores y el número de periódicos por entidad, como se verá más adelante.

Conforme el gobierno central comenzó a perder el control sobre los poderes locales, también se abrían mayores márgenes para la dominación de la prensa. Libres de las ataduras centrales y de la lealtad jurada al partido y al presidente, los gobernadores intensificaron las estrategias de control, pero ya no para inhibir las críticas al presidente, sino las que se pronunciaron contra su propia figura. Así, mientras en la década de 1990 comenzaban a liberarse las trabas formales sobre la prensa nacional, y nuevos temas y protagonistas se asomaban en las páginas de los diarios de circulación nacional, en los estados la prensa padecía controles más severos (Arreola y Gómez, 1993). “Los gobernadores que eran represivos y hábiles, podían extraer rentas considerables de los medios críticos e inflexibles” (Lawson, 2002: 44), valiéndose de auditorías arbitrarias y repetidas, la presión sobre los anunciantes y la manipulación de las leyes relativas a los medios, pero también las reprimendas suponían formas más agresivas de control, como ataques físicos o levantones.

Pero también fue desde lo local como se impulsó un nuevo modelo de hacer periodismo.³ En opinión de Garza (2016) “la más grande aportación a la transición democrática en el país ha venido de la llamada prensa provin-

³ Véanse las entrevistas realizadas por el portal *Horizontal* a diversos periodistas y comunicadores mexicanos, reunidas en la serie “El presente del periodismo”: disponible en <http://horizontal.mx/category/comunidad/cuestionario-periodismo-comunidad/>

ciana [que abrió] espacios a candidatos opositores, desafiando intentos de control político porque tenían bases económicas sólidas, ancladas en sus comunidades”. *El Diario de Yucatán*, uno de los periódicos más antiguos del estado, emprendió un nuevo modelo de negocio basado en las alianzas con empresarios, que ampliaron su base de anunciantes para incrementar su rentabilidad. En Nuevo León, la renovación de *El Norte* incluyó una serie de estímulos salariales y profesionales para evitar que los reporteros aceptaran regalos y sobornos de los funcionarios públicos, además de innovaciones en los formatos y las secciones para atraer, no sólo a nuevos lectores, sino a un mayor número de anunciantes privados. Es también en este estado donde surge el modelo de “franquicia” identificado por Hernández (2010) como modelo de expansión del Grupo Reforma y de *Milenio*. Por su lado, el periódico *A.M.* de Guanajuato también marcó un hito estatal al impulsar un código de ética entre sus periodistas, prohibiéndoles aceptar regalos o dinero, para terminar con los sobornos ejercidos desde las dependencias gubernamentales (World Association of Newspapers and News Publishers, 2014: 30). También destacan por sus innovaciones *El Siglo de Torreón*, de Coahuila; el *Noroeste*, de Sinaloa; *Mañana*, de Tamaulipas; el *Siglo 21*, de Jalisco y semanarios como *Zeta*, entre otras publicaciones (Márquez, 2015: 33; Hughes, 2003: 97).

¿Qué se sabe sobre la prensa que se hace en los estados?

A pesar del interés creciente sobre la prensa estatal mexicana, aún hay una gran dispersión de datos y evidencias que permitan realizar análisis sistemáticos y comparados sobre las características del negocio de los diarios y de las tendencias en sus contenidos (Fenton, 2014). Como se dijo antes, el énfasis se ha puesto en los estudios de caso, lo que no ha permitido contrastes metódicos.

Si bien la intención de este texto no es presentar una tipología de la prensa subnacional, para esbozar sus características me guío por dos de las variables propuestas por Hallin y Mancini (2004) para comparar sistemas de medios: *a)* los rasgos de mercado; es decir, la relación de los periódicos con sus audiencias y *b)* la relación de los diarios con el poder, retomando nociones de lo que estos autores llaman el “paralelismo político”. Elegí estas dos variables porque son las que se desprenden directamente de los diarios y sus contenidos.

Para el estudio de los mercados de medios, estos autores sugieren poner el énfasis en las cifras sobre la circulación de los diarios, como un ele-

mento que revela aspectos de sus patrones de desarrollo y de “su papel en el proceso amplio de comunicación social y política” (Hallin y Mancini, 2004: 22). Estudiar los rasgos materiales del “negocio” de la prensa habla no sólo sobre las condiciones en las que ésta se desempeña, sino de los recursos que posee como actor político, a partir de los que puede explicarse su grado de independencia y confrontación respecto de otros actores.

Por otro lado, el “paralelismo político”; es decir, los vínculos que existen entre organizaciones políticas y medios, se manifiesta en gran medida en los contenidos que publican los diarios y en la forma que éstos adoptan. Esta variable es fundamental para estudiar la prensa dentro del entramado de actores políticos, en tanto los contenidos pueden interpretarse como consecuencia de filiaciones o acuerdos. El paralelismo se relaciona con el grado de pluralidad que presentan los medios (Hallin y Mancini, 2004: 29) y se lee en los temas que eligen cubrir los medios, en el enfoque y, especialmente, en el actor al que deciden darle voz. Aunque no es un concepto equivalente, el paralelismo se refleja en las mediciones de autonomía y asertividad (Lawson, 2002; Hughes, 2006), en tanto marca un continuo entre independencia y militancia o vocería (*advocacy reporting*) (Hallin y Papatthanassopoulos, 2002: 21). En este texto se resalta el paralelismo que guardan o no los medios con el gobierno en turno y eso es útil para entender el papel que la prensa estatal desempeña en contextos de alta arbitrariedad *vis à vis* los cambios que ha experimentado la prensa nacional.

Hallin y Mancini (2004) señalan dos dimensiones más: el desarrollo del periodismo como profesión y la intervención del Estado en el sistema de medios. La profesionalización habla, *grosso modo*, de normas y valores compartidos sobre el servicio público que desempeña la prensa. Diversos estudios han abonado a conocer de manera más profunda las características de la profesión en México, a nivel nacional (Hanitzsch *et al.*, 2010; Hughes y Márquez, 2017), o sobre estados específicos (por ejemplo Martínez *et al.*, 2009, para Chiapas; o De León, 2004, para Aguascalientes). Respecto a la cuarta dimensión, la intervención estatal en la propiedad de medios, se manifiesta principalmente en el servicio público de radiodifusión (Hallin y Mancini, 2004: 41), y también en el marco legal que regula la libertad de expresión, información, periodismo y comunicaciones. Por cuestiones de espacio, este análisis se centra únicamente en las dos primeras dimensiones, desprendidas del propio ámbito de los diarios y su mercado.

Diarios sin lectores y lectores sin diarios: los mercados estatales de prensa escrita

Antes de explorar las condiciones de la prensa estatal como negocio, es necesario insistir en que, en México, y especialmente en los estados, el oficio de la información, paradójicamente, está marcado por la ausencia de datos confiables sobre su propia labor. Dado que los periódicos, como empresas privadas, no tienen ninguna obligación de reportar su rendimiento económico, y que las instituciones públicas producen poca información sobre las industrias culturales, muchos datos quedan en la incertidumbre; otros se difunden con sesgos o imprecisiones graves (Trejo, 2001; Riva-Palacio, 1997; Luévano, 2006: 263; Hernández, 2010). Datos tan básicos como la concentración de los mercados, el tipo de financiamiento, las estructuras de propiedad, los patrones y actitudes de consumo son difíciles de recopilar para todos los estados, y aun cuando se cuente con ellos, son imposibles de verificar. Dicho lo anterior, reconozco que varios de los datos que aquí se presentan sólo pueden tomarse como aproximaciones del verdadero estado de la prensa estatal como negocio, pero suponen un avance en la exploración empírica de esta institución.

Se consideran cuatro aspectos principales para bosquejar los contornos comerciales de las prensas en los estados: *a)* composición y concentración de los mercados, *b)* tirajes de los diarios, *c)* asociaciones de editores y *d)* audiencias potenciales. Son datos básicos, oferta y demanda, que buscan mostrar cómo, para el mercado de diarios, la alta intervención del gobierno hace que estas relaciones aparezcan distorsionadas (Oates, 2007).

Lo primero: saber cuántos diarios existen por estado. Aunque es ingenuo considerar que un mayor número de diarios habla de mayor competencia o pluralismo mediático —se podrían tener cien diarios, pero todos con la misma línea editorial—, contar el número de periódicos que hay en cada estado es el primer paso para conocer las prensas estatales.

Para esta medida, se tomó como fuente el Padrón Nacional de Medios Impresos (PNMI) que integra la Secretaría de Gobernación.⁴ Aunque es un recurso electrónico de fácil consulta, adolece de varias limitaciones: al ser un registro de autoempadronamiento, aparecen exclusivamente las publicaciones que han solicitado su filiación, y es imposible saber cuántas y cuáles quedan fuera. Además, se construye con los datos que los propios

⁴ El PNMI puede consultarse en <http://pnmi.segob.gob.mx>

medios proporcionan, y carece de mecánicas para verificar su veracidad, lo cual deviene en serias imprecisiones, como el volumen de los tirajes. En todo caso, el PNMI es, hasta el momento el único repositorio oficial de información general sobre prensa escrita. Para esta investigación, me centro en los periódicos de publicación diaria, por constituir el medio clásico de la prensa escrita.⁵

Según el PNMI existen 320 publicaciones diarias estatales.⁶ La cantidad de periódicos estatales que se imprimen de manera diaria va desde dos diarios (Tlaxcala) hasta 28 (Veracruz). Diversas razones explican la proliferación de diarios: la persistencia histórica es una de ellas. En Veracruz, la entidad que encabeza la lista, siempre ha existido un gran número de periódicos, en parte por la profunda regionalización del estado y la accidentada orografía. Jalisco, que continúa apareciendo como una de las entidades con más diarios, también fue uno de los estados con más tradición de prensa: fue el primero al que llegó el linotipo y el segundo que publicó diarios, después de Veracruz (Del Palacio, 2009: 91).

Otra explicación es que en varios estados hay una abundancia de diarios “fantasma”, financiados oficialmente (Lawson, 2002), aunque de bajo tiraje. Estos diarios surgen no porque se propongan llenar un verdadero hueco en la demanda de diarios en el estado, sino para neutralizar, con su sola presencia en los puestos de revistas, los contenidos críticos de otras publicaciones. Sin tener una base sólida de lectores ni calidad en sus contenidos, continúan circulando, difundiendo la realidad construida desde el gobierno, lo que explica la subsistencia de mercados tan numerosos, que no equivale a decir que sean competidos, como se verá más adelante. En realidad, la tendencia mundial es hacia la reducción del número de diarios, por lo que estas cantidades constituyen un “completo contrasentido” (Hernández, 2010: 71) e incrementan la dependencia de los diarios respecto de la publicidad del gobierno.

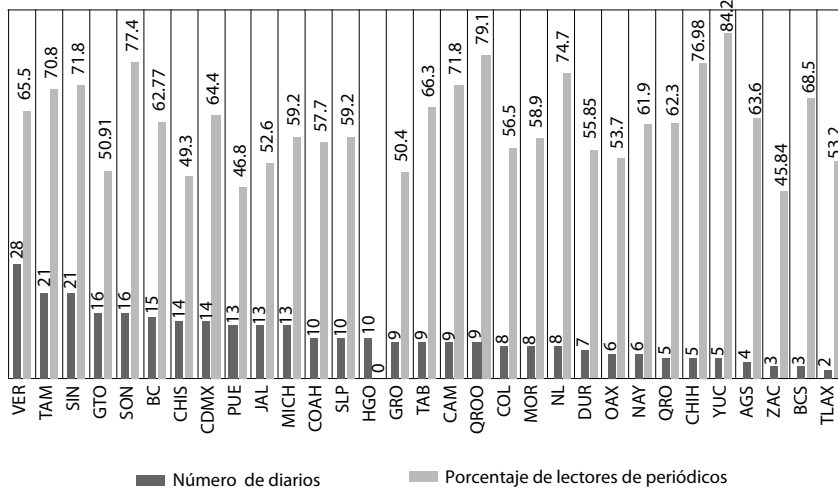
El número de diarios por estado se puede ver en la gráfica 1.

Según los datos del PNMI, los 320 diarios estatales se agrupan en siete principales consorcios editoriales. Destaca la Organización Editorial Mexi-

⁵ Otras publicaciones periódicas como los semanarios funcionan bajo lógicas diferenciadas: atienden a un público distinto, con intereses más especializados en temas políticos. Además, los semanarios tienen prácticas profesionales distintas: al no responder a la presión de tener que generar contenido diario cuentan con más tiempo para invertir recursos en la investigación y la generación de reportajes de mayor alcance.

⁶ Este dato corresponde al número de diarios reportados para enero de 2015. Por las mecánicas de su integración, las cifras del PNMI están en constante, aunque ligera, variación.

GRÁFICA 1. Número de diarios impresos y porcentaje de lectores por estado



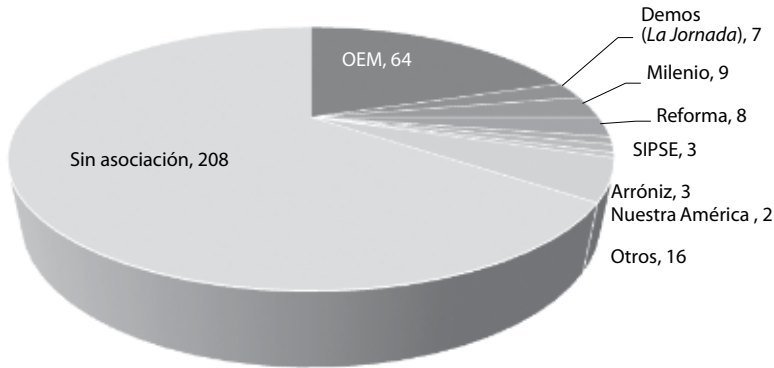
Fuente: Elaboración propia con base en datos del PNMI y de la Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales (ENHPyCC). La ENHPyCC no presenta información para Hidalgo.

cana (OEM), que edita el 20 por ciento de los diarios estatales (61), que cubren 23 distintos estados del país.⁷ *Milenio*, con ocho diarios en ocho estados, es el lejano segundo grupo en importancia; después viene *Reforma* con seis publicaciones, siguiendo ambos el modelo de “franquicia” descrito por Hernández (2010), y Demos, que edita *La Jornada* en sus seis distintas versiones estatales. Grupo SIPSE publica tres diarios en los estados de la península de Yucatán; Arróniz y Nuestra América son las siguientes casas en importancia, que editan tres y dos diarios respectivamente. Hay que enfatizar que los diarios que pertenecen a consorcios suelen tener mayor tiraje, y por ello más presencia en las prensas estatales; los diarios independientes tienen muy difícil su subsistencia en términos comerciales (gráfica 2).

Sobre el tiraje de los periódicos, el obstáculo que se impone es que las cifras reportadas en el PNMI son muy inexactas. Trejo (2014) señala que, aunque el PNMI exija que los ejemplares reportados lleven el sello de alguna casa auditora que corrobore las cifras, esto no constituye ninguna garantía, pues no existen auditores oficiales. Una práctica recurrente es imprimir un exceso de ejemplares el día que acude la casa auditora, con lo que se

⁷ Además de otros periódicos deportivos y de nota roja que no se consideran para este estudio.

GRÁFICA 2. Número de periódicos por asociación editorial



Fuente: Elaboración propia con base en datos del PNMI.

registra un número muy superior al que realmente circula (Riva-Palacio, 1997: 22). En el cuadro 1 se reportan los resultados a partir del PNMI, que no parecen corresponder ni a patrones históricos ni sociodemográficos. Más aún: a pesar de estar infladas, las cifras de circulación son bajas si se comparan con otras latitudes (Hallin y Mancini, 2004: 23; Hallin y Papathanassopoulos, 2002: 2).

A partir de los datos sobre circulación se estimó relevante calcular la concentración de los mercados de diarios estatales a partir del Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH), típicamente usado para conocer el nivel de competencia de los mercados, ponderando el tamaño de cada una de las firmas con relación a la industria.

El IHH va de 0 a 10 mil, en donde 0 indica competencia perfecta y 10 mil un mercado totalmente monopolístico, en el que una sola firma abarca la totalidad del mercado. Hablando de diarios esto supondría que un solo diario concentra el total de la circulación de la entidad.⁸ Se considera que un IHH menor de 1000 es indicativo de un mercado no concentrado; entre 1000 y 1800 de un grado moderado de concentración, y más de 1800 indi-

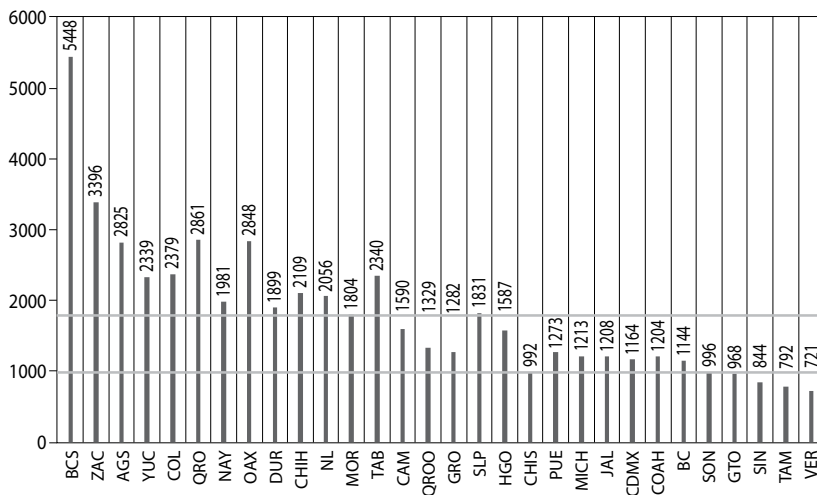
⁸ El IHH se define como: $IHH = \sum_{i=1}^N s_i^2$, es decir, la suma de la presencia de mercado al cuadrado de las N empresas que componen dicho mercado. Para calcular el IHH del mercado de diarios estatales se calculó tanto la cuota de mercado de cada uno como la proporción de la circulación total de diarios en la entidad. Cada una de esas cuotas se elevó al cuadrado y finalmente se sumaron los resultados.

CUADRO 1. Tirajes estatales

Estado	Tiraje total	Ejemplares por cada mil habitantes
Quintana Roo	152 581	115.11
Baja California Sur	67 863	106.53
Campeche	79 271	96.39
Coahuila	261 508	95.15
Tamaulipas	283 824	86.83
Nuevo León	400 318	86.03
Colima	52 820	81.19
Yucatán	146 917	75.13
Sinaloa	199 891	72.22
Sonora	172 413	64.76
Morelos	111 781	62.90
Durango	99 909	61.18
Tabasco	131 637	58.80
Baja California	182 803	57.94
Chihuahua	186 418	54.72
Veracruz	375 359	49.11
Hidalgo	124 279	46.63
Aguascalientes	53 163	44.86
Querétaro	81 060	44.35
Michoacán	191 274	43.96
Nayarit	44 488	41.00
San Luis Potosí	105 463	40.79
Guanajuato	220 589	40.21
Guerrero	129 694	38.27
Puebla	207 599	35.92
Jalisco	258 973	35.23
Oaxaca	89 616	23.57
Tlaxcala	25 704	21.97
Zacatecas	31 364	21.04
Chiapas	89 166	18.59
México	255 096	16.81

Fuente: Elaboración propia con base en datos del PNMI.

GRÁFICA 3. Índice Herfindahl-Hirschman para la concentración de los mercados de diarios estatales



Fuente: Elaboración propia con base en datos del PNMI.

ca un mercado concentrado. Ambos valores se marcan con líneas horizontales en la gráfica 3.

El IHH indica que Baja California Sur presenta el mercado más concentrado, con 5448 puntos, mientras que el mercado más competido se encuentra en Veracruz, con 721 puntos. Bajo esta medición, sólo seis estados presentan un mercado de diarios competido (Sonora, Chiapas, Guanajuato, Sinaloa, Tampico y Veracruz) y diez estados una concentración moderada. La mitad restante de los mercados de periódicos estatales se encuentra altamente concentrado en pocos competidores ($IHH > 1800$).

La abundancia de diarios de baja circulación y la concentración de los mercados en pocas manos insinúan patrones clientelares en la relación prensa-gobierno: no ha habido diarios estatales de circulación masiva que se propongan satisfacer demandas informativas, sino que, en general, han surgido al cobijo de acuerdos entre los dueños de éstos y el grupo en el poder (Hallin y Papathanassopoulos, 2002: 22). La proliferación de diarios pequeños en mercados de este tipo sólo puede explicarse a partir de esquemas de clientelismo.

Pasando del lado de la demanda de diarios, ¿quiénes son los públicos y qué buscan leer? Desafortunadamente, también se carece de datos precisos

sobre los lectores de diarios. Una de las pocas medidas nacionales disponibles es la Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumos Culturales (ENHPyCC) aplicada por la Secretaría de Educación Pública, a través del antiguo Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta), que, en sus 158 preguntas, dedica sólo cuatro a conocer los hábitos de lectura de periódicos.

A pesar de sus limitaciones, la ENHPyCC nos permite dimensionar, de manera más o menos aproximada, el público potencial de los lectores de periódicos por entidad, a partir de quienes afirmaron leer por lo menos una vez por semana algún diario. En promedio, 62.4 por ciento de las personas pertenecen a esta categoría. El estado donde menos se leen periódicos es Zacatecas, donde sólo 45.84 por ciento de los encuestados dicen leerlos por lo menos una vez a la semana. En cambio, en Yucatán, 84.2 por ciento de los encuestados dio esta respuesta. Los hábitos de lectura de diarios están significativamente correlacionados con el nivel de alfabetismo de las entidades ($R = 0.36$; $p = 0.04$).

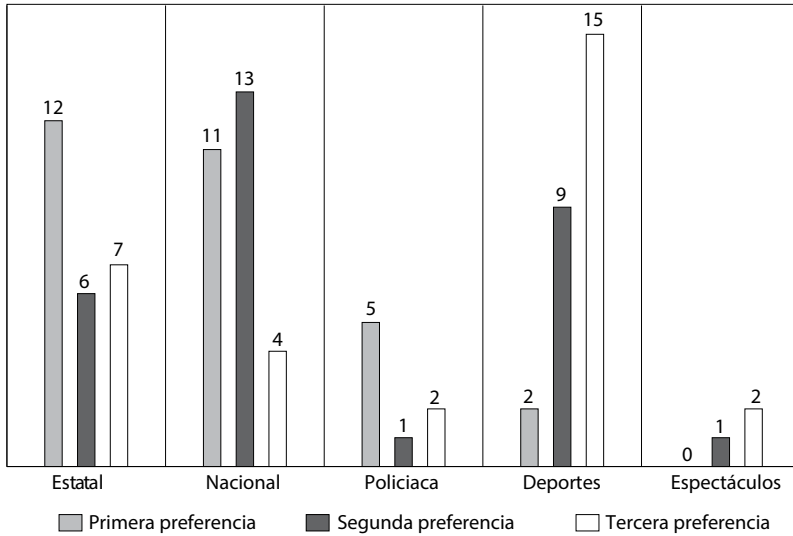
Si se contrastan estos datos con el número de diarios que existe en una entidad, se corrobora que no hay relación entre oferta y demanda, para fortalecer la idea de que la proliferación de diarios se guía por motivos clientelares. El porcentaje de lectores no está significativamente correlacionado con el número de diarios ($R = 0.07$; $p = 0.68$). tal como se veía de manera notoria en la gráfica 1.

La ENHPyCC también permite conocer los temas que los lectores prefieren consultar en el periódico. En la mayoría de los casos (12 entidades) se prefiere leer sobre temas estatales. En once entidades, los temas favoritos son los nacionales. Llama la atención que en cinco estados la sección favorita es la policiaca, y en dos (Tlaxcala y Puebla), los entrevistados prefieren la sección deportiva antes que ninguna otra.

Estos datos revelan que, aunque las personas prefieren leer las notas de su estado, en realidad los diarios se consultan por muy distintas razones. En siete entidades (Sinaloa, Durango, Nayarit, Aguascalientes, Baja California Sur, Puebla y Tlaxcala) la gente lee los diarios para saber sobre temas no políticos (nota roja o deportes).

Hasta aquí los datos sobre los rasgos de mercados de diarios estatales. Lo que aquí se presenta sólo puede considerarse como un vistazo aproximado a las dinámicas comerciales de las prensas. Aun así, se pueden identificar tres rasgos identitarios de los mercados de diarios estatales. El primero es la falta de correspondencia entre oferta y demanda: un mayor número de diarios no necesariamente es respuesta a un mayor número de lectores poten-

GRÁFICA 4. Temas preferidos de lectura en los diarios por estado



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la ENPHYCC.

ciales, sino que hace sospechar sobre otras motivaciones, de corte clientelar, lo que se confirma con las bajas cifras sobre circulación. Segundo, en general, hay poca competencia en los mercados de diarios. Con sólo seis mercados estatales competidos y siete grupos dominando más de 30 por ciento de los diarios, la pluralidad queda minada, porque, además de que todos los diarios de un mismo consorcio se rigen bajo la misma línea editorial, las notas suelen reproducirse de manera textual en todas las publicaciones hermanadas: al negociar los contenidos de un diario se logra controlar prácticamente toda la cadena editorial. Y tercero, los datos hablan de una población que suele leer periódicos y que, en general, está interesada en asuntos políticos. Sin embargo, el público que se acerca a los diarios para leer sobre deportes, nota roja o espectáculos no es despreciable.

La historia que cuenta la ausencia de crítica: los titulares de la prensa estatal y el “paralelismo político”

Los datos sobre circulación y audiencias constituyen un primer indicio de conexiones entre los diarios estatales y el poder político: la sobrevivencia de los medios en mercados tan fragmentados y desvinculados de los lecto-

res sólo puede explicarse a partir de lealtades. En su texto sobre sistemas clientelares, Hallin y Mancini (2004) resaltan, además de la baja circulación de diarios, la tradición de periodismo militante y el uso instrumental de los medios.

Para precisar mejor este rasgo se construyó la Base de Titulares de Medios Impresos Estatales (Base TiMIE),⁹ integrada por los dos periódicos de mayor circulación diaria para cada una de las 31 entidades federativas: los 62 diarios con mayor presencia y mayor probabilidad de ser leídos.

Para captar de manera significativa la esencia del contenido de los periódicos locales se tomaron las técnicas de muestreo propuestas por Riffe *et al.* (2005). Para cada año entre 2011-2013 se reconstruyó una semana de manera aleatoria; es decir, se extrajeron 21 fechas para cada uno de los 62 diarios,¹⁰ de las cuales fue imposible localizar 85, de modo que finalmente se estudiaron 1217 ejemplares.

El análisis se centró en los titulares de los periódicos, espacio central por varias razones: supone un elemento estratégico de actuación de los medios impresos, pues exhibe una línea editorial determinada; es una referencia que suele ser retomada por otros medios impresos y no impresos (por ejemplo, en el recuento radiofónico o televisivo de los titulares del día); es el recurso principal para atraer la atención de lectores que podrían comprar el diario, y es el elemento que cualquiera que se tope con la publicación leerá, independientemente de que compre o no la versión impresa (es posible que el diario escriba un editorial muy agresivo o muy provocador, pero habrá quienes no lo lean, incluso entre aquellos que hayan adquirido el diario). El titular es “una oportunidad de un tiro único”, en el que el diario no sólo se juega su capacidad de enganchar a las audiencias, sino también su reputación, su prestigio y sus alianzas. En cierta medida, el titular de los periódicos se parece mucho a la cara de los mensajeros encargados de transmitir las noticias de reino en reino en los años previos a la imprenta. La palabra del mensajero dicha frente a frente era la fuente primigenia de la credibilidad y

⁹ Disponible para su consulta en el Banco de Información para la Investigación Aplicada en Ciencias Sociales (BIIACS). Disponible en: <http://biiacs-dspace.cide.edu/handle/10089/17398>

¹⁰ Para extraer estos días me auxilié de la herramienta en línea *Random.org*, que permite obtener fechas de manera aleatoria para un periodo determinado. Disponible en: <http://www.random.org/calendar-dates/>. Para garantizar la validez estadística, hay que asegurarse de que las fechas sorteadas no resulten consecutivas, evitando con ello que los contenidos de un día estén condicionados por los del día anterior, a causa de la continuidad de las historias reportadas. En las ocasiones que sucedió esto, se sorteó una segunda fecha.

la confianza. Los mensajeros se jugaban su reputación profesional cada vez que fungían como correo; la forma de comunicar una noticia podía granjearles el afecto o el repudio del remitente o del destinatario, y potenciar su carrera o terminar con ella, incluso trágicamente (Pettegree, 2014).

Además de estas motivaciones, una razón práctica también contribuyó a que decidiera centrar el análisis en torno a los titulares. Como estaba claro que se quería captar la variación nacional, tenían que incluirse los 1217 titulares de los periódicos estatales. Este enfoque transversal requería eficiencia en términos de tiempo-cobertura espacial. Analizar los ejemplares completos parecía inviable, especialmente por las dificultades materiales para recopilar ejemplares anteriores en muchos estados.

En sus estudios sobre las prensas locales en Estados Unidos, Heider *et al.* (2005, 2006) señalan dos papeles que éstas pueden desempeñar: el “buen vecino”, que se enfoca en sucesos y personajes relevantes para la comunidad, y el conocido como “perro guardián”, que funge como cuarto poder, vigilando a quienes ostentan el gobierno. Para estructurar este análisis decidí enfocarme en el rol de prensa vigilante por la relevancia que encierra la denuncia y el contrapeso mediático en entornos de democracias en consolidación y porque se aproxima más al diagnóstico del paralelismo político.

En general, pocos diarios estatales en México ejercen las funciones de crítica y denuncia que asume el modelo de “perro guardián”: de un universo de 1217 titulares, 95 denuncian algún mal funcionamiento del gobierno estatal, y sólo nueve realizan algún tipo de crítica contra el gobernador. Esto no levantaría suspicacias si los gobiernos estatales no estuvieran marcados por abusos de poder, endeudamientos sin control, prácticas de corrupción y opacidad financiera y hasta colusión con grupos delictivos, pero los contenidos de la prensa estatal no lo reflejan así.

La excepcionalidad de la crítica puede atribuirse a un sinnúmero de causas. Los recursos, las dinámicas y las condiciones del propio oficio a las que están sujetos los periodistas; las características del mercado o las exigencias y los gustos de los propios lectores están detrás de la decisión sobre el contenido de los titulares. Pero la crítica como hecho excepcional también habla sobre las relaciones entre prensa y medios: ejercicios de autocensura, lograda a base de amenazas e intimidaciones, o simplemente de negociaciones convenientes o vínculos históricos mantenidas durante años.

El reto que lanzaron los titulares no fue diseccionar la crítica, sino la falta de ésta, y averiguar, si no teníamos un periodismo crítico, qué era lo que se

revelaba a través de los titulares. Para ello, se rescatan cinco categorías de análisis: 1) si el periódico habla con voz propia o asume la función de vocería, 2) el tema del titular, 3) el ámbito geográfico al que hace referencia, 4) el sentido del titular y 5) el destinatario de las críticas emitidas.¹¹

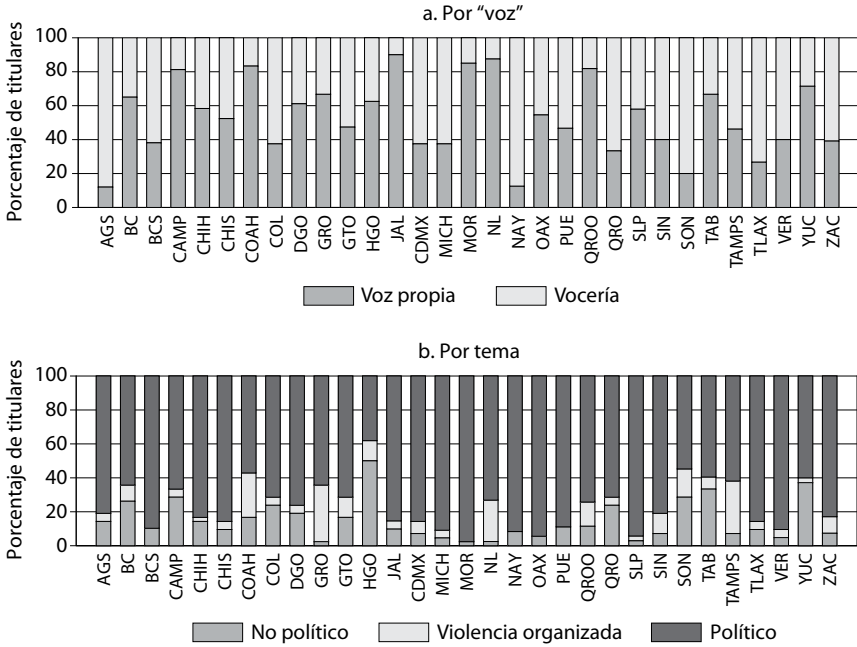
En las prensas estatales sólo una minoría de diarios habla en sus titulares con voz propia (gráfica 5a): más de la mitad de los titulares incluidos en la Base TiMIE (57.7%) reproducen textualmente lo que otro actor expresó. Los periódicos estatales —y en general la prensa mexicana—¹² han solido adoptar un estilo militante. La función periodística se limita a retratar declaraciones y los hechos sólo cobran valor en función de quien los enuncia. La mayor parte de los titulares no críticos cae en esta categoría: los diarios hacen un recuento de las hazañas del gobernador en voz de él mismo (60% de los titulares no críticos). Al dejar que otros hablen a través suyo, los diarios no sólo eluden riesgos, responsabilidades y represalias; también toman el camino más corto de la función periodística. Son otros los que verifican los hechos, otros los que investigan el estado de las cosas y otros los que las juzgan; los diarios cubren fuentes, no sucesos, y mucho menos emiten opiniones a título propio (Merino y Ramírez, 2014; Trejo, 2001). Pero también, la preeminencia de este estilo comunicacional revela cercanía con las organizaciones políticas y baja profesionalización del periodismo (Hallin y Mancini, 2004: 38). Los estados en los que más se manifiesta la vocería son Aguascalientes y Nayarit, con 85 y 76 por ciento de los titulares, respectivamente.

Con respecto a los temas que tocan (gráfica 5b), 76 por ciento de los titulares hablan de política en cualquier nivel, lo que coincide con las preferencias de los lectores, según se mostraba en la ENHPyCC. Se codificaron aparte los titulares que se refieren a temas de crimen organizado. En total, 9 por ciento se refieren a estos temas, pero llama la atención que el año en el que aparecen más es 2011, en el que hubo 55 titulares. En 2012 se redujeron a 28, y para 2013, a 27. Esto no es producto de que la violencia y el crimen organizado hayan dejado de ser temas relevantes para el panorama estatal: todo lo contrario. Más bien, la reducción en los titulares que tocan estos temas puede responder a una estrategia deliberada de la autocensura como

¹¹ El libro de códigos puede consultarse en el BIIACS, disponible en <http://biiacs-dspace.cide.edu/handle/10089/17398>

¹² Al respecto, véase el análisis de Merino y Ramírez (2014) sobre la preeminencia de los “dichos” sobre los hechos en las portadas de la prensa nacional. El fenómeno no es nuevo: ya desde mediados del siglo xx, Cosío Villegas (1985) había señalado ese vicio en los periódicos de la época.

GRÁFICA 5. Distribución de titulares por “voz” y tema



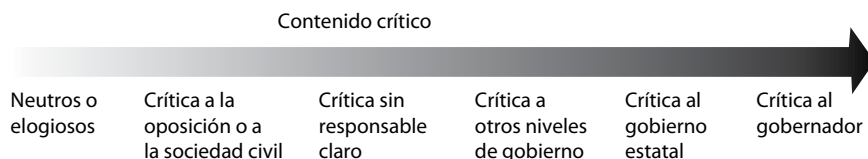
Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Base TiMIE.

protección ante el incremento de la violencia contra periodistas, o al cambio en la estrategia de comunicación del presidente Peña, que llegó a la presidencia en 2012 y, contrario a Calderón, prefirió guardar el mayor silencio posible sobre estos temas. Dado que los periódicos suelen replicar las declaraciones y los boletines gubernamentales, hay un reflejo directo del estilo comunicacional del gobierno en los contenidos de los diarios. El restante 14 por ciento de los titulares habla de temas no políticos: deportes, espectáculos, condiciones climatológicas, etcétera.

Si se hace el análisis por estado, puede verse que el lugar menos politizado es Hidalgo, en donde la mitad de las notas hablan de temas no políticos. En contraste, en Morelos el 91 por ciento de los titulares se referían a temas políticos. El estado en el que más se habló de crimen organizado fue Guerrero, donde este tema ocupó 33.3 por ciento de los titulares.

Con relación al foco geográfico de los titulares (gráfica 6a), 61 por ciento de los titulares se refieren a algún suceso de la entidad de referencia. Des-

DIAGRAMA 1. Escala de elogio-crítica para clasificar el contenido de los titulares estatales



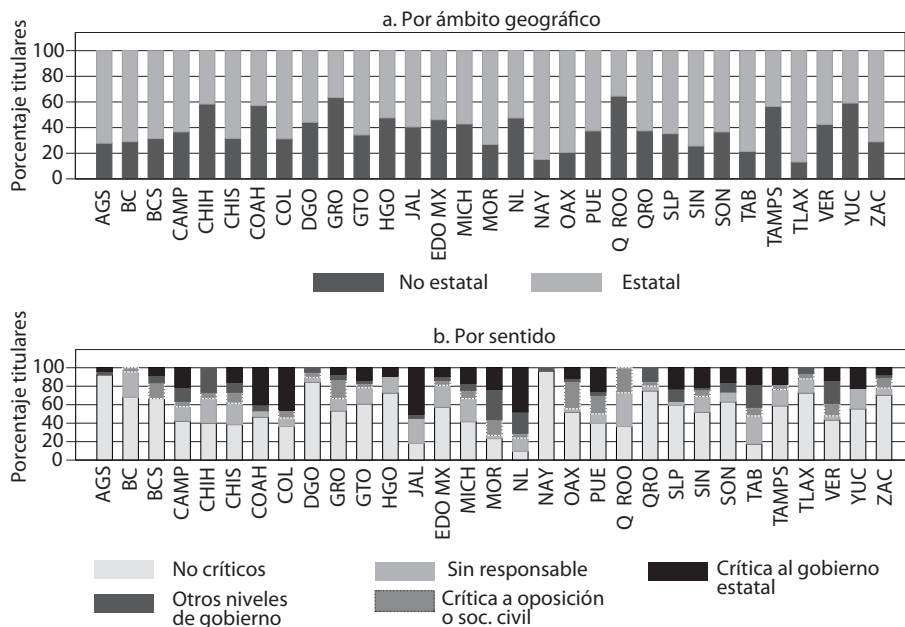
Fuente: Elaboración propia.

taca Tlaxcala, en donde sólo 11 por ciento de los titulares (4) se refieren a algún tema extraestatal. En el polo opuesto se encuentran Coahuila, Guerrero, Quintana Roo, Tamaulipas y Yucatán, estados donde las notas nacionales o internacionales predominan sobre las estatales. En el resto de las entidades, los titulares privilegian los sucesos del propio estado y confirman que la prensa local es, efectivamente, la prensa del ámbito más cercano.

Para analizar el sentido de los titulares, se creó una escala, que empieza en las notas no críticas (titulares neutros o elogiosos sobre la gestión del gobierno) y termina con la crítica al desempeño del gobernador. Entre estos extremos se encuentran otros cuatro niveles, dependiendo del actor involucrado en el titular. El interés está puesto en las críticas contra el gobierno estatal pues éste constituye el principal agente de represalias o beneficios (Artículo XIX, 2016, 2015).

De los titulares de la Base TIME que se referían a algún tema de política estatal, más de la mitad de ellos (54.2%) no realizan ningún tipo de crítica (gráfica 6b). En un remoto segundo lugar, aparece con 14 por ciento de los titulares la crítica al gobierno estatal. La siguiente categoría más recurrida (13% de los titulares) es la crítica en la que no se identifica ningún responsable: se menciona el problema, pero no se dice quién está detrás. Es una prensa controlada, que busca dar una apariencia de hacer denuncia, pero que en realidad “baila con los grilletes puestos” (Schudson, 2003: 179), para eludir las represalias por mencionar nombres y responsabilidades. La cuarta categoría es la crítica a otros niveles de gobierno (9.6% de los titulares). El sentido nuevamente es reconocer que hay problemas, pero la responsabilidad no se achaca al gobierno estatal. La última categoría es la crítica contra la oposición o la sociedad civil, que sólo ocupa 8 por ciento del total de titulares. En esta categoría destaca Oaxaca, donde titulares de ese tipo constituyen 30 por ciento del total, y coincide con la agudización del conflicto magisterial en 2013.

GRÁFICA 6. Distribución de temas de los titulares por estado y sentido



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Base TiMIE.

La gráfica 6b muestra que donde se realiza menos crítica es en Nayarit, pues sólo 4 por ciento de los titulares incluye algún tipo de apreciación negativa, y éstas se emiten contra otros niveles de gobierno. En cambio, Jalisco es la entidad en la que se publicó más crítica contra el gobierno del estado (50% de los titulares clasificados como políticos); de hecho, esta es una de las entidades donde se registran menos titulares no críticos (sólo 18%).

Es interesante señalar que en todos los casos los periódicos optan por la estrategia menos riesgosa: de aquellos que se atreven a publicar críticas contra el gobierno estatal, en la mayoría de los casos tocan temas de baja gravedad. La gran mayoría (42% de los titulares críticos contra el gobierno estatal) lanza sus dardos sobre temas de políticas públicas, que constituye una zona relativamente segura para emitir crítica. Le siguen los problemas de probidad en el manejo de recursos financieros (37%); después, las capacidades (o incapacidades) personales de los funcionarios para desempeñar su labor (8.4%) y finalmente, conflictos vinculado con violaciones a dere-

chos electorales (5%). Sólo un titular denuncia violación a derechos humanos y uno colusión de las autoridades con grupos delictivos.

De los titulares críticos contra el gobierno (95 titulares), distinguí a quién iban dirigidos los señalamientos: a funcionarios o instituciones de gobierno independientes al gobernador (otras ramas de poder y órganos autónomos); a funcionarios o instituciones de gobierno subordinados al gobernador (rama ejecutiva) o directamente al gobernador. En ocho entidades, los diarios no publican ningún tipo de crítica contra el gobierno en sus titulares: Baja California, Chihuahua, Durango, Guerrero, Nayarit, Querétaro, Quintana Roo y Tlaxcala. En el resto, más de la mitad de los titulares críticos (50.5% de esta categoría) apuntan a funcionarios o instituciones independientes del gobernador; 40 por ciento de los 95 titulares críticos están dirigidos contra actores subordinados al gobernador y 9 por ciento de ellos (9 titulares) contra el propio gobernador. Sin embargo, en términos globales de los 1217 titulares incluidos en la Base TIME, esto representa apenas 3.1 y 0.7 por ciento respectivamente del total.

Incluso los nueve titulares críticos contra el gobernador¹³ deben tomarse con reservas. Son críticas sutiles, realizadas en casi todos los casos a través de la voz de otros actores y no a título propio del periódico; en ocasiones, todas provienen del mismo diario (lo que puede hacer sospechar sobre estrategias de cooptación ejercidas por otros actores; por ejemplo, el Partido de la Revolución Democrática (PRD) en el caso de Colima, del cual el *Diario del Colima* funge como vocero en dos ocasiones), o incluyen atenuantes que, aunque la nota señale al gobernador, inmediatamente después (en un subtítulo o en las primeras líneas) lo hacen ver preocupado, atento a los problemas del estado, capaz de resolverlos. Por el contrario, destaca el titular del *A.M.* que revela que la hija del gobernador, en complicidad con su padre, estableció una empresa “fantasma” para emitir facturas. Este titular, además de no hablar en nombre de ningún actor, no utiliza ningún recurso para suavizar la crítica, y hace referencia a una investigación propia del periódico.

¹³ Los titulares críticos contra el gobernador son los siguientes: “Abandonadas, rutas de evacuación del Popo: ediles del área (culpan al gobernador)”, *La Jornada de Oriente* (Puebla); “Acusa el tricolor a Moreno Valle de 18 ilícitos electorales”, *La Jornada de Oriente* (Puebla); “Deficiente servicio en el Hospital Regional”, *El Orbe* (Chiapas); “Claman maestros: que pague el estado”, *El Norte* (Nuevo León); “Asunto de puentes confirma la incapacidad de Mario”, *Diario de Colima* (Colima); “PRD: grupos al interior del gobierno rebasan a Mario”, *Diario de Colima* (Colima); “PRD: Que pueblo decida la permanencia o renuncia de Mario”, *Diario de Colima* (Colima); “Utilizan ‘fantasma’ para facturar en DIF”, *A.M. León* (Guanajuato); “Sociedad exige acciones enérgicas al gobernador”, *El Sol de Tampico* (Tamaulipas).

Conclusiones: hacia una agenda de investigación sobre la prensa estatal

Éste es el retrato de la esfera pública en los estados, reflejada en sus prensas, generalmente concentradas en pocas manos, desconectadas de sus audiencias y poco arriesgadas en sus contenidos. Si bien poner el foco en el contenido crítico que aparece en titulares es una exigencia severa, en un entorno en el que los despilfarros, los actos de manipulación y la arbitrariedad son la norma que rige el comportamiento de los gobernadores, sin distinción de partido político, el reto que se impone a una prensa vigilante es igual de exigente. Bajo esas circunstancias, sería difícil informar sin aludir a algún aspecto negativo de los gobiernos. El repertorio de abusos y fallas de gobierno es vasto y, sin embargo, raramente se refleja en la prensa.


Aparecen prensas estatales que anteponen la función de vocería a la investigación y los pronunciamientos propios, soslayando los problemas graves que se sufren en los estados, lanzando críticas fáciles que, en ocasiones, acaban siendo un guiño para que el gobernador posicione temas en la agenda pública, o dispersando responsabilidades sobre los problemas estatales. Y, sin embargo, no se puede decir que no existe variación en los titulares: algunos nacen de la conformidad de las audiencias, que no exigen mejores contenidos; otros, de la lógica intervenida de los mercados de diarios en los que la supervivencia no es la del más apto, sino del mejor protegido; y otros más son producto del miedo: reflejo de una prensa congelada por el temor a las represalias, que prefiere moverse en un terreno seguro y sin arriesgarse a criticar. Todo ello lleva a pensar con más cuidado la noción de que la prensa mexicana se ha transformado: en realidad los indicios de patrones clientelares y el bajo desarrollo de los mercados estatales habla más de persistencias y continuidades o, en todo caso, de avances desiguales de lo local frente a lo nacional.

Si bien realizar una clasificación puntual requeriría un trabajo minucioso que rebasa este espacio, destaca un grupo de entidades que escapan al patrón de vocería y ausencia de crítica al gobierno estatal —Coahuila, Jalisco, Nuevo León y Yucatán— en donde hay ciertas tendencias históricas y de tradición de prensa. Estos estados también se encuentran entre aquellos con mayor número de ejemplares en circulación y una cantidad moderada de diarios (debajo de 15), lo que podría indicar un mayor desarrollo de los mercados, si bien se necesitaría una investigación más profunda de los factores que hay detrás.

En todo caso, los datos expresados levantan una multiplicidad de interrogantes en torno a la prensa estatal mexicana y a su interacción con el poder, sea para comprobar relaciones que han sido puestas a prueba para la prensa nacional o para otros países, pero también para abrir nuevas vetas de exploración desde la ciencia política. En términos generales, se distinguen dos grandes agendas: la primera, indagar sobre los elementos que residen detrás de la prensa que retratan los datos y la segunda, explorar los efectos que la prensa tiene sobre sus propios contextos estatales.

Dentro de la línea que concibe a la prensa como variable dependiente, una clara veta de investigación apunta a estudiar la relación entre variables económicas e institucionales, y el papel que desempeña la prensa: ¿mejores condiciones socioeconómicas conducen necesariamente a una prensa más plural y vigilante?, ¿cómo influyen estos elementos el número de diarios que circula en un estado?, ¿cómo afectan a las audiencias y sus preocupaciones con respecto a la prensa? En esta vertiente también se insertan las preguntas sobre la relación de la prensa y los contextos políticos: ¿son las prensas cautivas características de los estados sin alternancias o contrapesos?, ¿bajo qué correlación de fuerzas se activan las funciones de investigación y denuncia periodística? Y también, la exploración de las interacciones entre la prensa y otros actores e instituciones: ¿puede un Poder Judicial independiente proveer respaldo para una prensa más combativa y desafiante?, ¿las corrientes ideológicas o las preferencias de política de los Ejecutivos marcan restricciones a la prensa (Stein y Kellam, 2015)?, ¿qué marcos legales favorecen la pluralidad de medios o la actividad de una prensa crítica y cuáles las marchitan?, ¿qué relación hay entre una sociedad civil vigorosa y una prensa vigilante?

Por otro lado, desde la perspectiva que concibe a la prensa como variable independiente, hay una veta muy rica para explorar su incidencia en diversas áreas de política pública: ¿la prensa más crítica favorece el combate a la corrupción y la defensa de los derechos humanos, como se ha demostrado para otros países (Camaj, 2012; Whitten-Woodring, 2009)?, ¿cómo puede influir la prensa en los procesos de impartición de justicia o de rendición de cuentas (Adserá *et al.*, 2003)?

Las preguntas son múltiples y las agendas pueden extenderse, sin embargo, el primer paso es fortalecer la materia prima: los datos. Avanzar en la construcción de información sistematizada y confiable sobre el quhacer de la prensa es el punto de partida para alimentar cualquiera de estos derroteros de investigación. Sirva esta nota como una contribución al respecto. 

Referencias bibliográficas

- Adserá, Alicia, Carles Boix y Mark Payne (2003), “Are You Being Served? Political Accountability and Quality of Government”, *Journal of Law, Economics and Organization*, 19(2), pp. 445-490.
- Anderson, Benedict (1983), *Comunidades imaginadas*, México, FCE.
- Arreola, Oralia y Gabriela Gómez (1993), “Agresiones a periodistas y medios de información durante 1992”, *Comunicación y Sociedad*, 18-19, pp. 299-318.
- Artículo XIX (2015), *Estado de censura: Informe 2014*, México, Artículo XIX.
- Artículo XIX (2016), *MIEDO. Medios, impunidad, estado, democracia, opacidad*, México, Artículo XIX.
- Bryce, James [1888] (1995), *The American Commonwealth*, Indianápolis, Liberty Fund.
- Camaj, Lindita (2012), “The Media’s Role in Fighting Corruption: Media Effects on Governmental Accountability”, *The International Journal of Press/Politics*, 18(1), pp. 21-42.
- Coronel, Sheila (2000), “Corruption and the Watchdog Role of the News Media”, en Pippa Norris (ed.), *Public Sentinels: News Media and Governance Reforms*, Washington, D.C., Banco Mundial.
- Cosío Villegas, Daniel (1985), “Sobre la libertad de prensa”, en Gabriel Zaid (ed.), *Daniel Cosío Villegas: Imprenta y vida pública*, México, FCE.
- De León, Salvador (2004), “Prácticas periodísticas en Aguascalientes: Estructuras de interpretación para acercarse al acontecer”, *Comunicación y Sociedad*, 2, pp. 185-228.
- De León, Salvador (2012), *Comunicación política y transición política: Los rasgos de lo global en el periodismo local*, Aguascalientes, Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Del Palacio, Celia (2004), “La imprenta y el periodismo en las regiones de México (1539-1820)”, *Comunicación y Sociedad*, 2, pp. 161-184.
- Del Palacio, Celia (2006), *Rompecabezas de papel*, México, Miguel Ángel Porrúa/Universidad de Guadalajara.
- Del Palacio, Celia (2009), “Una mirada a la historia de la prensa en México desde las regiones: Un estudio comparativo (1792-1950)”, *Revista de Historia Iberoamericana*, 2(1), pp. 80-96.
- Del Palacio, Celia (2015), *Violencia y periodismo regional en México*, México, Juan Pablos Editor.
- Espino, Germán y Efraín Mendoza (2015), *Gobernadores: Enclaves del Autoritarismo en México*, México, Fontamánra.

- Fenton, Natalie (2014), "Journalism and Democracy, Towards a Contemporary Research Strategy in Mexico", Londres, Goldsmiths, disponible en: https://freedomhouse.org/sites/default/files/Journalism%20and%20Democracy_Towards%20a%20contemporary%20research%20strategy%20in%20Mexico.pdf [fecha de consulta: 3 de marzo de 2016].
- Garza, Javier (2016), "El presente del periodismo 4", *Horizontal*, disponible en: <http://horizontal.mx/el-presente-del-periodismo-4-javier-garza/> [fecha de consulta: 26 de febrero de 2016].
- González, Rubén (2013), *New Players, Same Old Game: Change and Continuity in Mexican Journalism*, Saarbrücken, Lambert Academic Publishing.
- Guerrero, Manuel (2009), *The Emergence of Political Pluralism in Mexican Broadcasting: Economics over Politics*, Saarbrücken, VDM Publishing.
- Hallin, Daniel y Stylianos Papathanassopoulos (2002), "Political Clientelism and the Media: Southern Europe and Latin America in Comparative Perspective", *Media, Culture and Society*, 24, pp. 175-195.
- Hallin, Daniel y Paolo Mancini (2004), *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Hanitzsch, Thomas, Folker Hanusch, Claudia Mellado, Maria Anikina, Rosa Berganza, Incilay Cangoz, Mihai Coman, Basyouni Hamada, María Elena Hernández, Christopher D. Karadjov, Sonia Virginia Moreira, Peter G. Mwesige, Patrick Lee Plaisance, Zvi Reich, Josef Seethaler, Elizabeth A. Skewes, Dani Vardiansyah Noor y Edgar Kee Wang Yuen (2010), "Mapping Journalism Cultures across Nations", *Journalism Studies*, 12(3), pp. 273-293.
- Heider, Don, Maxwell McCombs y Paula Poindexter (2005), "What the Public Expect of Local News: Views on Public and Traditional Journalism", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82(4), pp. 952-967.
- Heider, Don, Maxwell McCombs y Paula Poindexter (2006), "Watchdog or Good Neighbor? The Public's Expectations of Local News", *Journal of Press/Politics*, 11(1), pp. 77-88.
- Hernández, María Elena, (2010). "Franquicias periodísticas y sinergias productivas en la prensa mexicana: En busca de nuevos modelos de financiamiento", en María Elena Hernández (coord.), *Estudios sobre periodismo: Marcos de interpretación para el contexto mexicano*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara.
- Hughes, Sallie (2003), "From the Inside Out, How Institutional Entrepreneurs Transformed Mexican Journalism", *The International Journal of Press/Politics*, 8(3), pp. 87-117.

- Hughes, Sallie (2006), *Newsroom in Conflict: Journalism and Democratization of Mexico*, Pittsburgh, University of Pittsburgh Press.
- Hughes, Sallie (2016), “Journalists in Mexico”, *Worlds of Journalism Study*, Múnich, disponible en: https://epub.ub.uni-muenchen.de/30990/1/Country_report_Mexico.pdf [fecha de consulta: 4 de febrero de 2017].
- Hughes, Sallie y Mireya Márquez (2017), “Examining the Practices that Mexican Journalists Employ to Reduce Risk in a Context of Violence”, *International Journal of Communication*, 11, pp. 499-521.
- INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) (2017), “Módulo sobre lectura”, *Encuestas en hogares*, México, INEGI.
- Larrosa, Juan Sebastián (2014), “Estructura de la prensa generalista en Guadalajara (1990-2010)”, en Francisco de Jesús Aceves y Francisco Hernández (eds.), *Abordajes emergentes al estudio de la comunicación*, México, Universidad de Guadalajara, pp. 41-70.
- Lawson, Chappell (2002), *Building the Fourth Estate: Democratization and the Rise of a Free Press in Mexico*, Los Ángeles, University of California Press.
- Luévano, Alain (2006), “1945: *El Sol Del Centro* y el inicio del periodismo industrial en Aguascalientes”, en Celia del Palacio (ed.), *Rompecabezas de papel*, México, Miguel Ángel Porrúa/Universidad de Guadalajara.
- Márquez, Mireya (2012), “Change or Continuity: The Culture and Practices of Journalism in Mexico, 2000-2007”, tesis doctoral, Goldsmiths, University of London.
- Márquez, Mireya (2015), “El impacto de la violencia criminal en la cultura periodística postautoritaria: La vulnerabilidad del periodismo regional en México”, en Celia del Palacio (ed.), *Violencia y periodismo regional en México*, México, Juan Pablos Editor.
- Martínez, Sarelly (2006), *Periodismo contemporáneo en Chiapas*, México, Fundación Manuel Buendía.
- Martínez, Sarelly, Juliana Matus López y Hugo A. Villar Pinto (2009), “La condición laboral del periodista en Chiapas”, *Revista Latina de Comunicación Social*, 12(64), pp. 444-460.
- Merino, Jose y Darío Ramírez (2014), “Por sus portadas los conoceréis”, *Nexos*, 1 de febrero, disponible en: <http://www.nexos.com.mx/?p=18349> [fecha de consulta: 6 de mayo de 2015].
- Moy, Patricia, Michael R. McCluskey, Kelley McCoy y Margaret A. Spratt (2006), “Political Correlates of Local News Media Use”, *Journal of Communication*, 54(3), pp. 532-546.
- Norris, Pippa (2014), “Watchdog Journalism”, en Mark Bovens, Robert

- Goodin y Thomas Schillemanns (eds.), *The Oxford Handbook of Public Accountability*, Oxford, Oxford University Press.
- Oates, Sarah (2007), “The Neo-Soviet Model of the Media”, *Europe-Asia Studies*, 59(8), pp. 1279-1297.
- Orme, William A. (1997), *A Culture of Collusion: An Inside Look at the Mexican Press*, Miami, North South Center Press/Lynne Rienner.
- Pettegree, Andrew (2014), *The Invention of News: How the World Came to Know About Itself*, Londres, Yale University Press.
- Reyna, Víctor Hugo (2015), “¿El estado más seguro de la frontera? Periodismo, poder e inseguridad pública en Sonora”, en Celia del Palacio (ed.), *Violencia y periodismo regional en México*, México, Juan Pablos Editor.
- Reyna, Víctor Hugo (2016), “Cambio y continuidad en el periodismo mexicano: Una revisión bibliográfica”, *Comunicación y Sociedad*, 27, pp. 79-96.
- Riffe, Daniel, Stephen Lacy y Frederik G. Fico (2005), *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research*, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates.
- Riva-Palacio, Raymundo (1997), “A Culture of Collusion, The Ties That Bind the Press and the PRI”, en William A. Orme (ed.), *A Culture of Collusion: An Inside Look at the Mexican Press*, Miami, North South Center Press/Lynne Rienner.
- Schudson, Michael (2003), *The Sociology of the News*, Nueva York, Northon and Company.
- Smulovitz, Catalina y Enrique Peruzzotti (2000), “Societal Accountability in Latin America”, *Journal of Democracy*, 11(4), pp. 147-158.
- Stein, Elizabeth y Marisa Kellam (2015), “Silencing Critics: Why and How Presidents Restrict Media Freedom in Democracies”, *Comparative Political Studies*, 49(1), pp. 36-77.
- Tocqueville, Alexis [1835] (2001), *La democracia en América*, México, FCE.
- Trejo, Raúl (1995), “Prensa y gobierno: Las relaciones perversas”, *Comunicación y Sociedad*, 25-26, pp. 35-55.
- Trejo, Raúl (2001), *Mediocracia sin mediaciones: Prensa, televisión y elección*, México, Cal y Arena.
- Trejo, Raúl (2014), Entrevista realizada por la autora, Ciudad de México, México.
- Waisbord, Silvio (1994), “Knocking on Newsroom Doors: The Press and Political Scandals in Argentina”, *Political Communication*, 11(1), pp. 19-33.
- Waisbord, Silvio (2000), *Watchdog Journalism in South America: News, Accountability and Democracy*, Nueva York, Columbia University Press.

Whitten-Woodring, Jennifer (2009), “Watchdog or Lapdog? Media Freedom, Regime Type and Government Respect for Human Rights”, *International Studies Quarterly*, 5(3), pp. 595-625.

World Association of Newspapers and News Publishers (2014), *Comprando complacencia, publicidad oficial y censura indirecta en México*, Nueva York, World Association of Newspapers and News Publishers.