



PRENSA Y ESTADO
EN EL SIGLO XXI:
RELACIONES DE PODER
EN CHIAPAS

Sarely Martínez Mendoza



Prensa y Estado
en el siglo XXI:
Relaciones de
poder en Chiapas

Sarely Martínez Mendoza



Prensa y Estado en el siglo XXI: relaciones de poder en Chiapas

Sarely Martínez Mendoza

Diseño editorial y forros: Juventino Sánchez Vera

ISBN: 978-607-561-290-4

D.R. © 2025 Universidad Autónoma de Chiapas
Boulevard Belisario Domínguez km 1081, sin número, Terán, C. P.
29050,
Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana
con número de registro de afiliación: 3932.

La UNACH forma parte la Red Nacional de Editoriales Universitarias
y Académicas de México, Altexto y de la Asociación de Editoriales
Universitarias de América Latina y El Caribe, EULAC.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan
la postura de los editores de la publicación; la información y análisis
contenidos en esta publicación son estrictamente responsabilidad de
los autores. Se autoriza la reproducción parcial o total de los textos
aquí publicados, siempre y cuando se haga sin fines comerciales y se
cite la fuente completa.

Hecho en México
Made in Mexico

INTRODUCCIÓN

A fines del gobierno de Carlos Salinas de Gortari empezó a configurarse en México una prensa más crítica e independiente del Estado, que amplificó las voces de personajes opositores que cuestionaban al poder político oficial. La nueva agenda periodística fue impulsada por organizaciones sociales, gremiales, campesinas, estudiantiles y académicas que tuvieron su culminación en el levantamiento zapatista de 1994.

En el sexenio de Ernesto Zedillo Ponce de León esas prácticas periodísticas, caracterizadas por la independencia, la pluralidad, el profesionalismo y el compromiso ciudadano, que eran marginales, se hicieron más extensivas. Ese nuevo ejercicio del debate público contribuyó a la alternancia partidista en la Presidencia de la República.

La transición, de una prensa maniatada a una más crítica y profesional, fue paulatina. Después del movimiento estudiantil del 68, aparecieron publicaciones marginales que objetaban al sistema político priista, pero fue sin duda *Excélsior*, de Julio Scherer, que alimentó el debate con la vivisección de la vida pública, sin enfrentarse directamente al presidente de la República, pero sí a las políticas emanadas de su incuestionable figura. *Excélsior* no surgió por generación espontánea; creció en una sociedad más involucrada e interesada en el ejercicio de gobierno. Los grupos guerrilleros de los años setenta, las agrupaciones estudiantiles, los sindicatos independientes y organizaciones civiles marcaron las voces

discordantes con el Estado. La prensa escrita de nuestro país no había sido un contrapoder, sino una pieza de legitimación del gobierno mexicano (Fuentes Berain, 2001). Pero en este mar de medios complacientes con los gobernantes, emergieron publicaciones que tuvieron una misión diferente y que, en ocasiones, concedieron espacio a otros actores de la vida social con entrevistas que mostraban posturas divergentes al sistema político mexicano.

El periodismo moderno y profesional en México podría ubicarse con la aparición del semanario *Proceso* en 1976, y la fundación posterior de los diarios *Unomásuno* y *La Jornada* que reunieron a los mejores periodistas del momento. En su mayoría eran comunicadores con formación profesional que buscaban relatar la historia de lo inmediato desde la mirada de los protagonistas tradicionalmente invisibilizados. *La Jornada* fue el foro más importante para los ciudadanos afectados por el sismo de 1985, para los disidentes del PRI y para organizaciones gremiales independientes. Periódicos como *El Universal* y *El Financiero*, y varias estaciones de radio, encontraron en las voces ciudadanas un recurso para posicionar su marca y ampliar su mercado. *Reforma*, que fue fundado en 1993, entendió desde un principio que su línea editorial debía alejarse del ideario corrosivo del gobierno, el cual gozaba de poca credibilidad y ya constituía un lastre en la consolidación de las empresas informativas. El ejercicio periodístico en México tomaba un impulso diferente, aunque de manera marginal.

Aparecieron en la radio programas que cuestionaban al gobierno en las voces de una nueva camada de periodis-

tas profesionales. La prensa capitalina, pero de incidencia nacional, permeó el quehacer informativo de las entidades con corresponsales quienes seguían la línea marcada por sus empresas, muchas veces desde una postura independiente y crítica respecto a los gobiernos estatales que, si bien podían controlar a la prensa local, eran incapaces de acallar todas las voces de los medios editados en el entonces Distrito Federal.

Las transformaciones de la prensa hacia un modelo más profesional no tocaron solo a los medios editados en la capital del país; de forma paralela, aparecieron propuestas periodísticas interesantes en varios estados. En Yucatán, surgió *Diario de Yucatán*; en Nuevo León, *El Norte*; en Guanajuato, *A.M.*; en Jalisco, *Siglo XXI*; en Baja California, *Zeta* (Salazar, 2018), y en Chiapas, *El Tiempo* y *Ámbar*. Desde luego que otro sector siguió atado a los mandatos del poder político y a los convenios publicitarios. Había motivos. Era menos aventurado amplificar las declaraciones del gobierno y sus funcionarios, a cambio de contratos publicitarios, que procurar lectores a través de propuestas periodísticas innovadoras.

El primer cuarto del siglo XXI ha sido la crónica de un Estado, emergido del PAN, PRD, PRI y Morena, en sus intentos y estrategias por controlar la conversación pública y, por otro lado, las tácticas de periodistas y usuarios de las redes sociodigitales por deshacerse del corsé oficial. Hay, desde luego, un sector de la comunicación que se pliega con facilidad a los mandatos gubernamentales debido a los favores que recibe de la esfera oficial

Los gobernantes, en contextos sin contrapesos efectivos y con rasgos de gobiernos imperiales, toleran poco a la crítica,

sea opositora o periodística. En esos entornos, los gobernadores chiapanecos han reflejado el aura de viejos cacicazgos con la existencia de pequeños espacios que cuestionan su poder, y que son tan insignificantes que no crean un contrapeso real opositor. En ambientes de poder local sin oposición, en donde los gobernadores controlan a diputados, presidentes municipales, partidos políticos y organizaciones sociales, la crítica periodística es descalificada, incluso perseguida.

Tampoco hay que menospreciar a la prensa local. En ocasiones ha sido vehículo de las expresiones ciudadanas sobre aspectos políticos, deportivos, sociales y culturales. Si bien en Chiapas, la prensa ha mantenido una circulación limitada, con tirajes poco significativos, ha propiciado la conversación, visibilizado la agenda política, aunque casi siempre desde la óptica gubernamental. El control no ha sido absoluto. Ha habido márgenes para la crítica, en una táctica del débil de no cuestionar ni culpar al gobernador, pero sí al Estado y a funcionarios y políticos de segundo nivel, como secretarios, subsecretarios, directores de área, diputados, presidentes municipales y miembros de ayuntamientos. Los convenios publicitarios han ahogado la crítica hacia el mandatario estatal, pero no a los miembros de la estructura de la burocracia política, a menos que los titulares de las dependencias establezcan sus propios compromisos monetarios/publicitarios.

Ante una prensa de circulación y tiraje restringidos, la radio ha jugado un papel protagónico en los procesos de comunicación pública. A través de sus ondas la gente conoció a cantantes y a deportistas, se enteró de las acciones gubernamentales y de las posiciones oficiales en torno a problemas

regionales, peleas de box y partidos de fútbol. La radio informó de asesinatos y accidentes; la radio llevó entretenimiento musical y acercó a las personas de las comunidades perdidas de Chiapas con el acontecer en otras partes de México y del mundo. A través de la radio llegó el melodrama, la risa y el espectáculo. Han estado las radionovelas, los *sketches*, los artistas del momento y las canciones de moda. La radio comercial ha mostrado y ocultado; ha expandido las voces del gobernador y sus funcionarios, pero ha acallado las expresiones gremiales, campesinas y de mujeres cuando han buscado visibilizar sus problemas.

Las voces disidentes han encontrado espacio, aunque de forma marginal, en los periódicos. La prensa, en especial la que se gestó con el movimiento zapatista y que se abrió a la modernidad con un mayor número de páginas, dejando atrás los dos o seis pliegos tradicionales, incluyeron a veces comentarios que desvelaban el otro rostro de Chiapas. La prensa chiapaneca no era la misma. Tampoco fue un total contrapeso, pero sí podía encontrarse, por descuido o de forma premeditada, textos con otra visión y un sentido contrapuesto a las versiones oficiales sobre los acontecimientos. Con la llegada del internet y el uso que han hecho los periodistas de las redes sociales, el control gubernamental ha sido menos efectivo: es imposible alinear a todos los reporteros en el equipo oficial; además, algunos periodistas han puesto en marcha nuevas formas de ingresos económicos, con la monetización de sus contenidos y la búsqueda de apoyos con fondeadoras internacionales.

La prensa es parte del espectro que proyecta una sociedad,

de su calidad de vida democrática, de su activismo ciudadano, de sus expresiones artísticas y culturales, de la condición de los lectores, ciudadanos y anunciantes. Difícilmente puede gestarse un periodismo profesional ante la indiferencia de los habitantes de una población. El quehacer informativo, como sucede con otros productos comerciales, necesita consumidores, una red de distribución y de un mercado .

El movimiento zapatista trastocó no solo el sistema político y social del país, sino al periodismo chiapaneco, el cual empezó a mirarse a través del espejo de otras latitudes, por lo que debió incorporar nuevas propuestas de comunicación. Los reporteros, acostumbrados a la rutina local, convivieron con corresponsales curtidos en conflictos armados, descubrieron nuevos géneros y formas diferentes de asumir el periodismo, más alejado de las versiones oficiales surgidas de Palacio de Gobierno.

Este libro, sin embargo, no analiza como tema principal ese hecho histórico, sino las relaciones de poder de la prensa chiapaneca y el Estado —en el sentido de Foucault (1979), de que el poder funciona en cadena “a través de una organización reticular” (p. 144)—. Se centra en el primer cuarto del siglo XXI, una etapa marcada por la incorporación de nuevas maquinarias, telefonía celular, internet, formación universitaria de los trabajadores de los medios y participación de las mujeres. Esta concatenación de hechos, estas historias cortas, han incidido el devenir del periodismo chiapaneco en los últimos años del siglo XX.

Debido a que cada gobernador establece nuevas políticas de comunicación, el libro está dividido en capítulos que abor-

dan cada gestión. Inicia con un apartado sobre el desarrollo del periodismo en Chiapas, desde el siglo XIX y los momentos definitorios del siglo XX. Para este trazo cronológico, me he basado en mis libros *La prensa maniatada* (2004) y *Periodismo contemporáneo en Chiapas* (2006), aunque con una relectura del escenario periodístico.

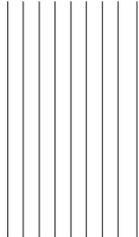
El análisis está atravesado por la mirada teórica del “paralelismo político”, una propuesta de Hallin y Mancini (2007) que indica que “la cultura y el estilo discursivo del periodismo están estrechamente relacionados con los de la política” (p. 27), lo que “propicia la instrumentalización de los medios de difusión y el clientelismo (...) para negociar con otras élites y para intervenir en el mundo político” (p. 54). El Estado, en una entidad como la nuestra, impregna la vida social y condiciona la línea de las publicaciones periódicas. Ese ambiente crea, como invernadero, un paisaje periodístico que conforma una región mediática en donde las publicaciones asumen su papel emanado de las coyunturas sociales y los intereses comerciales y políticos. La región mediática en Chiapas está conformada por periódicos, estaciones de radio, de televisión, redes socio-digitales y por generadores de mensajes, prosumidores —que son consumidores y productores digitales de contenidos a un tiempo— y por actores sociales, culturales y políticos.

El capítulo dos analiza las relaciones de la prensa y el Estado en la administración de Pablo Salazar Mendiguchía, en su particular enfrentamiento con directivos de los periódicos *Cuarto Poder* y *El Orbe*, así como la política con los medios que se estableció en este periodo. Las campañas de difama-

ción en contra de periodistas que se diseñaron desde las oficinas de comunicación social en el gobierno de Juan Sabines Guerrero son abordadas en el capítulo tres. El capítulo cuatro, aun cuando refiere la situación de la prensa en el gobierno de Manuel Velasco Coello, retoma la campaña política que efectuó el mandatario del Partido Verde para posicionar su imagen en el nivel nacional. Se cierra el contenido capitular con la administración de Rutilio Escandón Cadenas, que se encargó de prolongar las rutinas de otorgamiento de publicidad a la prensa tradicional, mientras se desarrollaban y multiplicaban sitios informativos en plataformas sociodigitales. A diferencia de los capítulos previos, este se enfoca a Canal 10, ya que ha sido el Sistema Chiapaneco de Radio Televisión y Cinematografía la caja de resonancia de los intereses de los gobiernos estatales de este siglo.

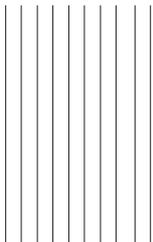
No habría sido posible escribir sobre el periodismo chiapaneco y sus relaciones con el poder político y económico sin las conversaciones con reporteros, fotoperiodistas, columnistas y directores de medios de información. Agradezco de manera especial a Isaín Mandujano por haber creado el blog El periodismo en Chiapas, que es una carpeta abierta que puede servir de referencia más detallada sobre los protagonistas de la comunicación profesional en nuestra entidad. La voz de Sandra de los Santos Chandomí es fundamental en este texto. Ha sido mi Pepe Grillo que discute de manera constante sobre el periodismo con perspectiva de género y de derechos humanos. Las observaciones de Francisco Cordero Fernández y Diana Érika Cruz Jiménez han sido muy valiosas. Agradezco

las pláticas, para comprender el ejercicio del periodismo en Chiapas, con Jacob García, Susana Solís Esquinca, Ángeles Mariscal, José Juan Balcázar Moreno, Aracely López Trejo, Antony Flores Mérida, Jesús Hernández, Raúl Ortega, Carlos Díaz, Rafael Victorio, Fredy Martín Pérez, Andrés Domínguez, Rodolfo García del Pino, Pascual Cruz Galdámez, Juan Carlos Santiago, René Delios, Joaquín Pérez Meza, José Antonio Molina Farro, Daniel Pulido, Valente Molina Pérez, Manuel Zepeda Ramos, Nolberto Chamé Solar, Sergio Armando Serna, Sergio Melgar Recinos, Víctor Cancino Villar, Víctor Cruz Roque, Víctor Mejía Alejandro, Rodolfo González Flores, Martín Mendoza, Enrique García Cuéllar, Enrique Vázquez Palacios, Enrique Alfaro Santos, Claudia Lobatón, Mario Tassías Aquino y Esdras Camacho. En fin, de tantos actores del periodismo chiapaneco de quienes he recogido sus experiencias y seguido en su oficio periodístico.



UNO

LA PRENSA CHIAPANECA
EN LOS SIGLOS XIX Y XX



El periodismo chiapaneco lo forjaron periodistas diletantes; personas que apartaban su tiempo de su actividad principal para elaborar textos opinativos con la pretensión de establecer un punto de vista, comulgar con una idea o doctrina, defenderla y encontrar prosélitos entre los lectores: el “trabajo consistía en influir en la opinión pública en nombre de alguna facción o causa política, y en muchos casos los periódicos fueron fundados por iniciativa de los partidos u otros actores políticos, o fueron subvencionados por ellos” (Hallin y Mancini, 2007, p. 24).

Joaquín Miguel Gutiérrez y Matías de Córdova, iniciadores del periodismo chiapaneco, en consonancia con su tiempo, escribieron también para difundir sus ideales de gobierno y de un sistema político. Para ellos la prensa era un aliado en la construcción de la patria incipiente. Los diversos colaboradores en el siglo XIX tuvieron ese mismo perfil, lo que era práctica común en otras partes del mundo. En España los periódicos eran vehículos propagandísticos de partidos o agrupaciones políticas: “Eran al mismo tiempo órganos de expresión de un líder, de un grupo parlamentario, de una ideología mejor o peor definida, de unos intereses, de todo aquello, en fin que se concentra en torno a un grupo político” (Álvarez, 1981, p. 64).

No era fácil editar un periódico en Chiapas. Se requería capital para comprar maquinaria y papel. Por esa razón, los impresos que eran financiados por el gobierno lograban sobrevivir más tiempo. Los que no dependían del presupuesto gubernamental, tenían una vida efímera, porque difícilmente

encontraban apoyos entre los escasos lectores o muchos eran órganos de candidaturas políticas, que desaparecían una vez pasadas las campañas electorales. La excepción fue *La Brújula*, que circuló de 1869 a 1873, y que experimentó con la novela por entregas o folletín para ampliar su mercado de suscriptores, como *Una rosa y dos espinas*, obra de Flavio Paniagua. La situación de pobreza y analfabetismo eran obstáculos para consolidar a una prensa independiente.

La incorporación del rotograbado y la rotativa provocó la ampliación de los tirajes, una mayor calidad en las ediciones y la aparición de géneros informativos, como la noticia y la entrevista en Estados Unidos y en Europa. Esos géneros empezaron a ser practicados por el *reporter* o reportero, un personaje emergente, quien no fue bien recibido por los periodistas tradicionales —en su mayoría escritores, poetas y ensayistas—. Ese personaje, que se encargaba de “reportar” acontecimientos de interés público, apareció también en nuestro país. Irma Lombarto analizó en *De la opinión a la noticia* (1985), un texto imprescindible en la historia del periodismo mexicano, la emergencia de esos nuevos géneros y de ese nuevo protagonista, quien cobró carta de ciudadanía hacia los años ochenta del siglo XIX. Uno de los más conspicuos fue el chiapaneco Ángel Pola Moreno, conocido como el decano de los reporteros por haber sido pionero en el ejercicio de la noticia y la entrevista. Emilio Rabasa Estebanell, otro chiapaneco dedicado al periodismo pero en los géneros opinativos, criticó en su novela *El cuarto poder* al reporter porque adolecía de falta de cultura, conocimientos gramaticales y congruencia ética:

—Sí, señor. Llegué a México sin saber cómo vivir; encontré a un diputado paisano que me conocía, y de recomendación en recomendación llegué a colocarme en una imprenta como doblador y enfajillador del periódico *La Columna del Estado*. Ganaba yo apenas lo necesario para no morirme de hambre y pagar un rincón del Mesón del Tornito. Gané un poco de confianza y un día noté que cuando faltaba material para *La Columna* y el jefe no estaba de humor para escribir, encomendaba este trabajo a un cajista, el cual lo despachaba pronto y bien, con media docena de párrafos. Me atreví yo también; el jefe vio mi empeño y buena voluntad, y pasado un mes, escribía yo la mitad de la gacetilla. Otro día escribí un artículo sobre los sagrados derechos del hombre, y el jefe me elevó otro poquito, señalándome tres pesos semanarios de sueldo. Ahora escribo yo casi todo el periódico, que es bisemanal, y he llegado a alcanzar cinco pesos cada semana, con los cuales vivo ya descansadamente (...).

El periódico es gobiernista y, vea usted, a mí me gustaría más que fuera de oposición, porque eso es más bonito y tiene más interés y hasta es más fácil. Pues bueno: ya se sabe que nuestra regla es defender al gobierno, elogiar sus actos, aplaudir todas las disposiciones; y cuando la materia de éstas es de esas muy enredadas que no se entienden, se escribe en términos generales. Por ejemplo, se trata de una ley sobre la deuda pública, o sobre cosa semejante, que yo no entiendo, ni siquiera leo, porque es larguísima y cansada. Pues entonces digo que los beneficios de la ley son innegables, y que demuestran la clara inteligencia, profundos conocimientos y patrióticas miras del ministro del ramo; que ya se hacía indispensable esa ley para el sostenimiento del crédito nacional; y otras frases así, amplias y que sin duda vienen como de molde. A veces se ve uno en ciertos compromisos, pero sale uno como puede. Mire usted, yo acabo de sostener una polémica con un periódico de oposición, sobre la suspensión de las garantías individuales. Derecho Constitucional puro; pero ya ve usted que esas materias del Derecho filosófico son de sentido común y no se necesita ser abogado para tratarlas. Además, yo me atuve a los términos generales, y

artículos van y artículos vienen, fuertes, muy fuertes; y el jefe me decía: “Bien, Carrasco, no afloje, déle duro”. Y yo firme, trabajando con todo empeño. Los periódicos amigos reproducían mis artículos y los elogiaban, y al fin la polémica terminó, porque se presentó otro asunto más importante de qué tratar.

—Por lo menos —indiqué— sería preciso estudiar un poco la gramática...

—¿Y para qué? —me replicó mi amigo con ingenuo entono—. Nosotros no tratamos nunca cuestiones gramaticales (Rabasa, 1985: pp. 22-23).

A través de su alter ego Sancho Polo, Emilio Rabasa reflejó los cambios que se produjeron en el periodismo con la consolidación del reportero en detrimento del periodista doctrinario, el juez implacable que juzgaba, condenaba y absolvía. A partir de entonces convivieron esos dos personajes y estos enfoques en el tratamiento periodístico: la información y la opinión. Al periodista se le comenzó a ver “como un árbitro neutral de la comunicación política, que se mantenía aparte de intereses y causas específicas y proporcionaba información y análisis no contaminados por el partidismo” (Hallin y Mancini, 2007, p. 24).

Los financiadores de los impresos no eran las organizaciones gremiales ni los partidos políticos, sino el lector-imán que atraía a anunciantes de índole comercial. La publicidad se convirtió en el objeto de los directivos y, para conseguirla, había que incrementar el tiraje con información variada, sin sesgos evidentes de control partidista o gubernamental. En ese contexto aparecieron en la Ciudad de México los periódicos de a centavo, que con ese precio podían ser adquiridos por un mayor número de lectores, los nuevos sustentadores

de las publicaciones periódicas. Pero en Chiapas, en donde fue imposible establecer una “prensa masiva” con miles de lectores-financiadores, el gobierno se convirtió en el mecenas principal de los periódicos.

Aquí, además, los periódicos tardaron en incorporar los géneros informativos. Fue a lo largo del siglo XX que las páginas se abrieron a la noticia y a la entrevista aderezados con adjetivos. *El Herald de Chiapas*, fundado en 1906 por Enrique Barroso, experimentó con esta nueva propuesta periodística y la búsqueda de un mayor número de suscriptores y anunciantes particulares. En sus páginas había publicidad de Fábricas e Hilados La Providencia, de los hoteles México, Marroquín y La Serpentina, del Banco de Chiapas, relojería de Antonio Puig y Pasqual, así como de Cueto y Compañía.

Las principales poblaciones de Chiapas empezaron a contar con periódicos. Aparte de San Cristóbal y Tuxtla, que eran los focos irradiadores de publicaciones en el siglo XIX, también tuvieron impresos Tapachula, Comitán, Chiapa de Corzo, Tonalá y Pichucalco. En este periodo aparecieron las subvenciones. Las publicaciones reflejaban las políticas gubernamentales en un paralelismo inevitable. Era difícil sustraerse del Estado por su poder coercitivo y porque no existían otras vías de financiamiento. En este contexto fueron muy comunes los periódicos de tipo semioficial, redactados por funcionarios estatales. Las escasas críticas a los gobernantes se difundían a través de hojas sueltas que eran distribuidas de manera anónima y que eran editadas en la Ciudad de México, Oaxaca o Villahermosa. El control de la prensa

chiapaneca, por parte del Estado durante el siglo XIX y el porfiriato, fue prácticamente absoluto.

El periodismo en la Revolución y posrevolución

Después de la larga presencia de Porfirio Díaz en la Presidencia de la República, que en Chiapas se prolongó incluso una vez iniciada la Revolución Mexicana, en 1914 llegaron tropas carrancistas. Este hecho podría considerarse como el inicio de gobiernos vinculados al movimiento armado. Antes, en 1912 fue fundado *Diario de Chiapas*, el primer periódico de circulación diaria. Para lograr la hazaña de publicarlo todos los días, sus accionistas compraron maquinaria moderna, una Babcock Printing Press MFG, que editaba mil 1800 ejemplares por hora. No era fácil imprimir los ejemplares, ni tampoco contar con información fresca. Por eso, la creación en México de agencias informativas fue vital. *Diario de Chiapas* obtuvo sus textos de Regagnon, una agencia que cubrió acontecimientos relacionados con el movimiento armado revolucionario. En el siglo XIX, ante la inexistencia de agencias noticiosas, los periodistas intercambiaban información con sus colegas de otras partes del país, mediante el canje de periódicos; cuando les interesaba algún texto, simplemente lo copiaban o redactaban un resumen o gacetilla, como eran conocidos esos textos breves.

Durante la Revolución predominaron los medios semioficiales que, aun cuando no difundían de manera íntegra leyes y decretos —que es el propósito de los órganos oficiales—, sí

promovían y defendían la causa revolucionaria y a sus jefes principales. *Chiapas Nuevo* fue el periódico semioficial más significativo, el cual fue impreso en los Talleres Gráficos del Estado y redactado por empleados del gobierno local.

A fines del movimiento revolucionario, con el establecimiento de gobiernos constitucionalistas, circuló *La Patria Chica*, una publicación que criticó a los “bárbaros del norte” que gobernaban Chiapas y simpatizó con los mapaches, un grupo de rancheros de los valles centrales que se alzó para protestar por la presencia de las tropas carrancistas. Los mapaches ganaron la guerra cuando su jefe Tiburcio Ruiz quedó al frente del primer gobierno posrevolucionario en la entidad.

Si bien la prensa descubrió [en la Revolución] una nueva periodicidad (el diario), empleó nuevos géneros de redacción (la noticia y la entrevista), utilizó maquinaria más moderna, reconoció la importancia de los anunciantes y lectores, no fue capaz de independizarse del poder político. Mantuvo su fidelidad a los gobiernos chiapanecos, más por convicción que por interés económico. El periodo revolucionario no fue de lucro económico para los informadores. Fue de compromiso, de lealtad, de convicciones, de lucha y de entrega por causas políticas. Los periodistas no ocultaban su filiación partidista ni dependencia oficial porque creían en los ideales revolucionarios, encarnados a veces en Madero, otras en Huerta, en Carranza, incluso en Villa o en Zapata. Pero al depender del gobierno, los periodistas no avanzaron hacia la independencia. Con matices, era el mismo periodismo practicado en el porfirato: dependiente del erario público, acrítico al gobierno (más por convicción que por interés) y con pocos lectores. Los periodistas al final de la Revolución estaban, pues, en espera de un líder que los guiara a la tierra prometida: la construcción de un mejor país, que permitiera la crítica y que brindara mayor número de lectores (Martínez Mendoza, 2004, p. 227).

En esos reacomodos de los años veinte del siglo pasado, con la emergencia y consolidación del partido oficial, proyectado en las siglas del PNR, PRM y finalmente PRI, se diseñó una maquinaria para incorporar a todos —campesinos, comerciantes, empleados, obreros, profesores o periodistas— a una Revolución institucionalizada, en donde debían abandonarse las armas para dar paso a las alianzas, los consensos y las adhesiones. La prensa chiapaneca fue vehículo y espacio de expresión de los gobiernos posrevolucionarios. A partir de 1922, las subvenciones volvieron a figurar en el presupuesto estatal. *Evolución*, creado por Santiago Serrano, obtuvo apoyos económicos de Tiburcio Fernández Ruiz, según declaró el propio gobernador (*Evolución*, 18 de abril de 1922). Desde entonces, se retomó la costumbre, surgida en el porfiriato, de financiar a las publicaciones adeptas a las administraciones gubernamentales. El sistema político mexicano comenzaba a desarrollar un mecanismo eficiente para aglutinar voces y uniformarlas en el coro que legitimaba las decisiones de los gobernadores, en esas enmarañadas prolongaciones de la voluntad del pueblo personificada en el presidente de la república.

Los medios de difusión se asumieron como instrumentos de propaganda del sistema priista. A medida que se afianzaba el modelo de gobierno de partido único, fluían más recursos para los políticos y los periodistas.

En los cincuenta se patentó un arquetipo de periodista que calumniaba, difamaba y amenazaba para obtener ingresos. *El Heraldo* publicó el 5 de julio de 1959 que el verdadero negocio era cobrar por no revelar: “más se gana con lo que

no se publica que con lo que se publica. En el régimen pasado se pagaron recibos por propaganda *no publicada*". En los sesenta, de acuerdo con el director de *El Tempenchile*, Saraín Cortazar (16 de diciembre de 1966), los periodistas chiapanecos eran de lo más indeseables de la sociedad al lado de explotadores y saqueadores. "Hay panfletismo político, pésimamente redactado, sin ningún espíritu ético en la mayoría, simplemente el ataque por el ataque a hombres o instituciones, pero de periodismo cero (...) Es decir, hay periódicos pero no hay periodistas", escribió Carlos Ruiseñor Esquinca (6 de julio de 1965).

Hubo etapas en que disminuyeron los recursos económicos para la prensa. El gobierno de Samuel León Brindis, por ejemplo, redujo los convenios publicitarios, lo que acotó el número de periódicos, pese a que estos descubrieron y explotaron con profusión la nota roja. Los textos de asesinatos, desfalcos, accidentes y escándalos ocupaban las ocho columnas. Se difamaba a personas que habían tenido el infortunio de sufrir un accidente; sus nombres aparecían en la primera plana o en la contraportada. Después, con la incorporación de la fotografía, las páginas informativas se llenaron de sangre. La escuela fue implantada por *Alarma!*, una revista que explotó el sensacionalismo. Si las personas sin privilegios copaban la nota roja, las familias con poder político o económico figuraban en la sección de sociales, en *La gente de sociedad*, como se titulaba una de las columnas más populares que reseñaba bodas, 15 años, bautizos y cumpleaños de la familia chiapaneca.

Hubo excepciones. Dos periódicos en los setenta enriquecieron sus páginas con suplementos culturales: *El Sol de Chiapas* con La Oveja Negra y *El Heraldo* con El Disco Verde. La página literaria o cultural había sido una constante de los impresos, pero pocas veces se había trabajado material exclusivo para esta sección, que tradicionalmente reproducía textos de escritores y poetas renombrados o de colaboradores espontáneos. Habían existido, por supuesto, publicaciones culturales destacadas, como *El Clavel Rojo*, *Ariel* y *El Estudiante*, así como las revistas *Ateneo* e *ICACH* que instauraron una rica atmósfera intelectual en el Chiapas de mediados de siglo.

La fundación de *La República en Chiapas* marcó una nueva etapa en el periodismo, no solo por su maquinaria *offset* de selección a color, sino por su diseño, incorporación de fotografías, suscripción a servicios de agencias informativas, contratación de reporteros y fotógrafos quienes devengaban salarios y estaban inscritos en el IMSS, lo cual era inusual en la prensa chiapaneca. Hubo, desde luego, momentos en los que los medios trataron de desmarcarse de la fuerte presencia del Estado, o por lo menos amplificar las voces de sectores tradicionalmente acallados. Lo intentaron los periódicos *El Orbe* de Juan Zamora Velázquez, *El Sol de Chiapas* de Francisco Núñez López, el memorable *Es! Diario Popular* de Gervasio Grajales con sus atractivos titulares, así como *La República en Chiapas*, dirigido por Lorenzo Pacheco, y *Número Uno* de Jaime Fernández Armendáriz, el primer diario en contar con una rotativa. También fue importante *La Nueva Estrella de Oriente*, del político panista Valdemar Antonio Rojas López,

que cuestionó al gobierno local, y *La Voz del Sureste*, de Roberto Coello Trejo, que se distinguió por no censurar los textos de sus colaboradores. La maquinaria de *La República en Chiapas, Número Uno* y *La Voz del Sureste* fue una excepción; la mayoría imprimía en prensa plana.

En 1976, al asumir la gubernatura, Jorge de la Vega Domínguez observó que en el creciente número de publicaciones periódicas le asignaban las ocho columnas, vinieran o no al caso. “Llegará el día —le confió a Carlos Ruiseñor Esquinca—, en que una información de trascendencia de mi gobierno pase desapercibida, pues la opinión ya no la tomarán en cuenta. ¿Qué hago?” (Ruiseñor, 1994, p. 218). El periodista respondió que para disminuir el número de periódicos y para que dejaran de destinarle las ocho columnas bastaba con eliminar las subvenciones. El gobernador ignoró el consejo y continuó con los convenios publicitarios. Los periódicos siguieron dedicándole las ocho columnas y aumentando en número. La tendencia siguió en los gobiernos de Juan Sábines Gutiérrez y de Absalón Castellanos Domínguez. Un periodista, con humor jarocho, tituló a su nuevo periódico *Otro Más*. Con la proliferación de publicaciones en los ochenta, el periodismo se transformó en una actividad meramente comercial. Eduardo Téllez Vargas, el famoso Güero Téllez, consideraba que anteriormente en el periodismo nacional “había un gran sentido de la decencia y la honestidad y era incapaz, por lo tanto, de recibir cinco centavos de nadie. En aquellos años, ni siquiera se hablaba de ‘embute’” (en Garmabella, 1982, p. 31). Para Julio Serrano Castillejos, articulista de *La Voz del Sureste*, la multiplicación de periódicos

beneficiaba al gobierno, porque se difuminaba la crítica: “Los políticos ven con agrado la situación prevaleciente y hasta la propician, pues comprenden que es preferible aguantar piquetes de hormigas y no las zarpas de un tigre” (7 de diciembre de 1985). Los tirajes, afirmó, eran reducidos porque solo circulaban en las oficinas gubernamentales en donde había alrededor de 250 funcionarios con poder adquisitivo (Serrano, 3 de junio de 1988).

En los años ochenta, la publicidad oficial fluyó como no había sucedido en ningún momento de la historia de Chiapas. Los periódicos se multiplicaron. Aprendices de periodismo crearon revistas y diarios. Dirigir una publicación era un buen negocio, y no importaba contar con reporteros. Lo importante era reproducir boletines oficiales y cultivar buenas relaciones con los funcionarios de las oficinas de comunicación social. En estos años, las mujeres se abrieron camino en el periodismo local. Anteriormente pocas se habían aventurado en este campo dominado por los hombres, con las contadas excepciones de Fidelity Brindis León y Florinda Lazos, quienes en las postrimerías de la Revolución fundaron *El Altruista*, y de Blanca Lidia Trejo, quien a mediados de los cincuenta colaboró con artículos de fondo en *El Sol de Chiapas*, *La Tribuna*, *Diario del Sur* y en publicaciones de circulación nacional e internacional. En los años sesenta un número mayor de mujeres empezó a escribir en la sección de sociales, como Eva Ozuna, Bertha Mendiguchía, Áurea Suárez y Gloria Gibson. En 1980, Kira Nuñez se convirtió en la primera directora de un diario. Se trató de *El Sol de Chiapas*, que había

fundado su padre en 1958. Otras mujeres incursionaron en el periodismo en la sección de información general, como Candelaria Rodríguez Sosa, Leticia Hernández Montoya y Regina Martínez. Las cuatro tenían formación universitaria: Kira había estudiado en la UNAM, mientras que Candelaria, Leticia y Regina, en la Universidad de Veracruzana. Otros egresados de licenciaturas en comunicación comenzaron a trabajar en el periodismo local, entre ellos, Higinio García Mendoza, Ruperto Portela Alvarado, Óscar González Rosas, Carlos César Espinosa, Rodrigo Núñez de León, Leonel Durante y Alberto Carbot.

El Plan de Gobierno de la administración de Patrocinio González Garrido describió la situación de la prensa:

La mayoría de las publicaciones se encuentra concentrada en Tuxtla Gutiérrez y Tapachula, sin que ninguna tenga el tiraje suficiente y los medios de distribución adecuados para tener una cobertura estatal. La mayor parte de los diarios no circula más allá de 200 a 500 ejemplares. Todos son propiedad particular y la mayoría depende económicamente del Gobierno del Estado, de los ayuntamientos y de algunas dependencias federales, siendo mínima la aportación del comercio organizado para su subsistencia (Gobierno del Estado de Chiapas 1988-1994, 1988, p. 68).

Había evidencias para este diagnóstico oficial. A lo largo de la historia del periodismo chiapaneco ha predominado la autocensura y los textos complacientes con el gobierno estatal. Era innegable, aunque no se mencionaba en el documento, que la prensa había ocultado acontecimientos perjudiciales para el Estado, como la muerte del líder indígena Jacinto Pérez Chixtoj

Pajarito —de quien el historiador Prudencio Moscoso Pastrana publicó en 1972 un libro que “sufrió el decomiso gubernamental” (Espinosa Mandujano, 2024, p. 52)—, el asesinato de campesinos en La Trinitaria en 1955, la insurrección de Los Pollinos que tomaron Palacio de Gobierno ese año, la matanza de Golonchán en 1980 y de tantos otros hechos de importancia pública.

En 1994, las condiciones eran diferentes. Primero, porque las publicaciones locales se vieron rebasadas por las noticias que difundían los medios nacionales. Televisa, que aun cuando llamaba a los zapatistas transgresores de la ley, les dio cabida en sus espacios informativos. Publicaciones con pocas ataduras al régimen priista, como *La Jornada*, *Reforma*, *El Financiero* y *Proceso*, fueron ventanas de difusión del movimiento armado. La prensa chiapaneca, si bien ejerció la crítica y la condena a los zapatistas, tuvo que abrir sus páginas a las declaraciones de los líderes del alzamiento armado.

El levantamiento zapatista y los gobiernos de fines de siglo

El año de 1994 fue de apogeo del pequeño gran diario de San Cristóbal, *El Tiempo*, que dirigió Amado Avendaño Figueroa. Para Juan Balboa la historia del periódico es el tiempo de la historia del periodismo moderno:

Es imposible separarlos. Parece que nacieron juntos. Pero aún más, las páginas hechas, en un principio, letra por letra y, después, en ese rompecabezas que era la prensa plana, fueron dibujando año tras año un periodismo abierto, crítico y, sobre todo, invadido por los pobres entre los pobres que fueron, y siguen siendo en algunos

casos, marginados de la prensa local allegada en su mayoría a las arcas fiscales y de la “gran prensa nacional” hacedoras de líderes priistas de viejo cuño.

El Tiempo ha sido testigo de la decadencia de un sistema opresor y cooptador de brillantes periodistas y dirigentes aguerridos. Conchita y Amado le han sido fieles a sus compañeros y a su conciencia. A pesar de las agresiones sufridas por políticos, de los desengaños de amigos a quienes les entregaron el corazón, de bregar en contra de periodistas al servicio del gobierno municipal, estatal o de algún cacique y de salvar obstáculos económicos, la nave de los Avendaño se mantiene firme, aún más ahora que han encontrado en el movimiento zapatista una verdadera razón para vivir y continuar su lucha en favor de los marginados (Balboa, 11 de febrero de 1998).

En los primeros minutos del recién iniciado 1994, a la oficina-casa del matrimonio Avendaño Villafuerte que dirigía *El Tiempo*, empezaron a entrar llamadas telefónicas que alertaban sobre la ocupación por grupos armados de la presidencia municipal y de varias colonias de San Cristóbal de Las Casas. Amado Avendaño constató que personas con pasamontañas, casi todas indígenas, que decían ser zapatistas, se habían apoderado del centro de la ciudad. Regresó a su casa-oficina para escribir sobre este acontecimiento que había de cambiar el rostro político de México. Ante esa noticia, su esposa Concepción Villafuerte envió mensajes, a través de un fax, a medios del Distrito Federal para advertir sobre el levantamiento: “La plaza principal de San Cristóbal de Las Casas fue tomada por el Ejército Zapatista de Liberación Nacional”, decía el texto (López y Vera, 17 de enero de 1994).

Amado Avendaño también informó de aquella toma al jefe de la 31ª. Zona Militar del Ejército Nacional Mexicano,

con sede en Rancho Nuevo, general Gastón Menchaca, y al obispo de la Diócesis de San Cristóbal, Samuel Ruiz García. Por la mañana de ese sábado, que era el primer día del año, le llamó el gobernador interino Elmar Harald Setzer Marseille, quien le reclamó por informar sobre la toma de San Cristóbal por “guerrilleros guatemaltecos”. “No señor —respondió Amado—, yo no estoy diciendo que sean guerrilleros guatemaltecos, estoy diciendo que son guerrilleros mexicanos y le voy a pasar el texto de la nota que hice, para que tenga un antecedente, y el texto que distribuyeron los guerrilleros” (López y Vera, 17 de enero de 1994).

No era casualidad que *El Tiempo* concediera espacio al EZLN, ni que los insurgentes tuvieran confianza en ese periódico de cuatro páginas y tiraje reducido; desde años antes su director había abierto las columnas del diario a los más desfavorecidos de Los Altos, a “los perseguidos en Carranza, los expulsados de Chamula y Chenalhó, los colonizadores tzeltales de la Selva Lacandona, las marchas de choles en Palenque y Tila, la resistencia en Simojovel y Chilón” (Bellinghausen, 11 de agosto de 2006).

Dos días después, la pequeña casa del matrimonio, ubicada en el barrio de San Diego, no era solo taller de impresión, sino la sala de redacción más internacional de México. Ahí llegaban periodistas de Estados Unidos, Francia, Inglaterra, Argentina y de diversas partes del país. Era centro neurálgico, lugar de intercambio informativo y de convivencia para los reporteros atraídos por el imán rebelde que había surgido en las Cañadas de la Selva Lacandona.

Al amanecer de 1994, *El Tiempo* de San Cristóbal sintonizó al mundo entero en un solo tiempo. Era un fenómeno al que el otro fenómeno, la sublevación indígena, dio curso y proyección universal. En aquellos días de sorpresa y confusión, de caos y peligros, conforme los testigos se fueron acercando, encontraron un asidero en *El Tiempo*, que sencillamente abrió sus puertas con una generosidad duradera.

La noticia parecía fuera de proporción y los primeros elementos para comprenderla estaban en *El Tiempo*. Los primeros faxes al mundo, todavía lejos de la “guerra de Internet” que desvelaría a los gerentes gubernamentales del neoliberalismo, los primeros azoros, los primeros cables, salieron de una sencilla casa en el barrio de San Diego, apenas distinta de las casas que la rodean: el hogar-taller de los Avendaño Villafuerte” (Bellinghausen, 11 de agosto de 2006).

El pequeño periódico, que potenció la voz de los rebeldes, incrementó su tiraje de 150 a 600 ejemplares diarios. El resto de los impresos chiapanecos siguieron siendo la voz del gobierno, en un acostumbrado paralelismo político que los había alejado de los lectores comunes, quienes, en esos días de crisis, buscaron publicaciones nacionales y noticiarios de radio y televisión para informarse. En San Cristóbal, las personas hacían fila para adquirir ejemplares de *La Jornada*, *El Universal*, *Proceso* o *Quehacer Político*. Julio Serrano Castillejos escribió que el conflicto había incrementado “el número de lectores en cantidades sin precedentes, pues si algún defecto se le puede atribuir a la comunidad de nuestra provincia es el de no tener mucha afición por la lectura” (Serrano, 13 de enero de 1994). Acudir a los periódicos, en situación de incertidumbre no era nuevo; Gordana Kenezovic, directora

del diario *Liberación* de Sarajevo, decía que en las crisis y en las guerras “un periódico es más importante que el pan” y que por ese motivo en medio de la guerra de los Balcanes la gente salía a buscar el ejemplar del día (en Armada, 18 de septiembre de 1992). Los medios chiapanecos, en esta nueva dinámica, tuvieron que abrir espacios a otras voces. Era algo inusitado, porque su lealtad era principalmente con el gobierno y sus actores principales.

Un año antes del levantamiento zapatista, Elmar Setzer Marseille había asumido el cargo de gobernador interino, cuando Patrocinio González Garrido fue nombrado secretario de Gobernación. Ante ese enroque, se cuenta que el presidente Carlos Salinas solicitó una terna de aspirantes a la gubernatura de Chiapas. Le presentaron los nombres en donde figuraban Federico Falconi Alegría, Juan Lara Domínguez y Elmar Setzer. El presidente preguntó entonces por ese político de apellidos alemanes. Le dijeron que era el secretario de Participación Comunitaria de Chiapas, quien en una muestra internacional realizada en Génova en 1992, había sido su traductor con indígenas que exponían productos artesanales. El presidente quedó sorprendido que aquel hombre alto, de ojos claros y tez blanca, de origen alemán, fuera capaz de hablar lenguas originarias.

A Salinas de Gortari le pareció conveniente contar con un gobernador que mirara a Europa, pero también a las raíces del Chiapas profundo, de indígenas y de pobreza. No sabía que Elmar Setzer había aprendido chol y tzotzil por su necesidad de convivir con los niños de la hacienda de su padre y, después, para comunicarse con sus trabajadores en sus plan-

taciones de café y en la comercialización, como intermediario, de este grano.

El primer problema que enfrentó el nuevo gobernador fue la muerte violenta de Roberto Mancilla Herrera; el segundo, y que acabó con su gobierno recién al cumplir un año, fue precisamente el levantamiento armado zapatista.

A un mes de haber asumido el poder, Elmar Setzer amaneció con la noticia del asesinato de Roberto Mancilla Herrera, un ingeniero químico que encontró en la lectura y en las colaboraciones periodísticas su verdadera pasión. Era químico como el novelista Primo Levi y al igual que Primo Levi escribía de su vida, y también del sindicalismo, de la política, de libros, narradores y poetas. Lector de maratones, Roberto encontró en las páginas de los periódicos un espacio para expresar sus inquietudes y sus afinidades en sintonía con sus valores de izquierda. Sus textos, muchas veces literarios, se apoyaban en recursos estilísticos del humor, la ironía y el desenfado.

Era tuxtleco, del barrio de San Roque, en donde nació el 21 de agosto de 1948, en el seno del matrimonio de Reynaldo Mancilla Vázquez y de Zoila Luz Herrera. Estudió en la Escuela Primaria Juan Benavides, en donde fue distinguido como el mejor alumno de su generación. Al terminar la primaria, viajó al Distrito Federal para saludar al presidente Adolfo López Mateos. Cursó la secundaria en la Escuela Prevocacional, con la especialidad técnica en contabilidad. Encontró su primer trabajo en Industrias Bonampak, pero lo suyo no era quedarse de oficinista, sino continuar con el bachillerato. Combinó ambas actividades: el estudio y el trabajo.

Aunque le gustaba la literatura, se inclinó por una carrera práctica: Ciencias Químicas, ingeniería que estudió en la Universidad Veracruzana, con sede en Orizaba. Ya graduado, trabajó para Anaconda Nacional de Cobre, Papelera San Rafael y Química de México. A fines de los setenta estudió la Maestría en Administración de Empresas Agropecuarias, y al término su posgrado se trasladó con su familia a Tuxtla Gutiérrez para desempeñarse como docente en la Escuela de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Chiapas.

De regreso a Chiapas, sus actividades se multiplicaron: era profesor en la Escuela Normal Superior, funcionario de la Secretaría de Educación y encargado del Foro Cultural Universitario de la Universidad Autónoma de Chiapas (Unach), en donde organizaba presentaciones de libros, exposiciones, conferencias, lecturas en voz alta y conciertos.

Su vocación de lector incansable lo llevó a la escritura. Empezó a colaborar con textos sobre sindicalismo magisterial, reseñas de libros y, finalmente, sobre temas políticos. Escribió en *6 AM*, un periódico del que fue socio, pero también en *Aquí Chiapas*, *Es! Diario Popular*, *El Observador de la Frontera Sur*, *El Sol del Soconusco*, *La Voz del Sureste*, *El Día* y *Cuarto Poder*. Su sello era la ironía, la mordacidad. Hablaba de sus textos antes de publicarlos. Los leía ante sus amigos y reía con la carcajada franca del conversador entretenido que siempre fue.

El 2 de febrero de 1993, Roberto Mancilla Herrera fue asesinado cuando estaba en un Volkswagen sedán que pertenecía a la Secretaría de la Reforma Agraria. En sus textos no era complaciente con algunos políticos. Sus enemigos, en más de

diez años de ejercer la crítica pública, se habían multiplicado. Sabía del peligro al que se exponía. El periodismo, y así dejó constancia al hablar del asesinato de Manuel Buendía, conllevaba responsabilidades y exposición a la violencia. En una Minimalia, que era una brevísima y punzante columna que publicaba en el periódico *La Voz del Sureste*, escribió:

Nuevas definiciones del pequeñísimo Larousse Chiapaneco: Periodista, del zoque “peri” que significa alrededor del cráneo y “dista” o distancia entre el primer garrotazo y el *flash* de la cámara.

A toda actividad que conlleve inherente el peligro se conoce como periodismo. Ojo señores “periodistas” que asisten al café San Marcos. También ustedes corren riesgos graves (28 de julio de 1985).

Por la importancia de este crimen, asentado en la averiguación previa número 076/CAJ4-B3/993, se integró un grupo especial de la Procuraduría General de la República, encabezada por Eduardo Valle, el Búho, quien había sido líder en el Movimiento Estudiantil del 68, articulista y por entonces colaborador en la Procuraduría General de la República. También se formó una comisión coadyuvante, en la que participaron los periodistas Ruperto Portela Alvarado, Óscar Gumeta González, Miguel Ángel Carrillo Barrios, Manuel Blanco Urbina, Miguel Ángel de los Santos, José López Arévalo y Amado Avendaño Figueroa. Tres meses después, sin la participación del Búho ni de la comisión coadyuvante, la Procuraduría General de Justicia del Estado señaló como responsables del crimen a dos funcionarios de la Universidad Autónoma de Chiapas. Tiempo después, am-

bos acusados fueron liberados. El asesinato de Roberto Mancilla Herrera quedó impune, como las muertes de Mario Leonel Gómez, de Fredy López Arévalo y de Víctor Alfonso Culebro Morales, ocurridas en el siglo XXI.

El ambiente, en aquel 1993, era nebuloso. En los dos años previos habían sido asesinados varios homosexuales. Se habló, sin prueba alguna, que Roberto Mancilla poseía un video en donde se veía a políticos chiapanecos que participaban en una fiesta de travestis y que trabajaba en un reportaje sobre el tema. Aunque este relato carece de veracidad, se daba como un hecho. Lo suyo, sin embargo, no fueron los trabajos periodísticos de largo aliento, sino los textos breves y opinativos. El abogado Miguel Ángel de los Santos Cruz, parte de la comisión coadyuvante, encontró similitudes entre los asesinatos de homosexuales con el de Roberto Mancilla: la mayoría había sido asesinado con calibre .45:

Ademas, una investigación profesional y comprometida habría analizado estas evidencias con el objeto de establecer si fueron disparados por la misma arma, habría establecido la conexión entre los crímenes a partir del autor, habría podido establecer similitudes en el modo de operar, etcétera. Evidentemente, que ni antes ni ahora, la Procuraduría General de Justicia del Estado se encuentra en capacidad y voluntad de llevar a cabo investigaciones que tiendan al esclarecimiento de los delitos, fuera de los tradicionales métodos de la tortura de presuntos responsables o testigos (De los Santos, en Mandujano, 4 de febrero de 2003).

De los Santos explicó que la Procuraduría General de Justicia se planteó dos hipótesis de la causa del asesinato de Roberto Man-

cilla: motivos pasionales y razones políticas. La primera resultó muy débil, pero la segunda tenía evidencias probatorias:

Es un crimen político y no pasional porque el periodista Roberto Mancilla fue vigilado y seguido en las semanas anteriores a su muerte. No se consignó a los funcionarios que distorsionaron la primera investigación que consignó a presuntos responsables creando evidencias y testimonios. Si fuera un crimen por motivos pasionales la PGJE no tendría dificultades en encontrar los elementos para consignar. La impunidad no cobija a personas comunes, cobija a funcionarios de gobierno o políticos influyentes (De los Santos, en Mandujano, 4 de febrero de 2003).

En 2007, en una nueva investigación encabezada por el fiscal Mariano Herrán Salvatti, fueron detenidos Ignacio Flores Montiel, exdirector de la policía estatal de Chiapas, y Wallas Hernández Santos, señalados por el asesinato de Roberto Mancilla. De acuerdo con la Fiscalía General de Justicia del Estado de Chiapas, “los autores materiales fueron Verde Gracián y Hernández Santos, *madrinas* o ‘asistentes extraoficiales’ de los agentes de la Policía Judicial del Estado, Ramón Herrera Bautista y Javier Palomeque Matus, quienes muchos años después de estar en prisión por otros homicidios también fueron muertos a tiros” (Mariscal, 21 de abril de 2007). Los nuevos acusados también fueron liberados. El asesinato de Roberto Mancilla permanece como un capítulo inconcluso, lo mismo que los demás ataques violentos en contra de periodistas ocurridos en los últimos años.

El breve y gris periodo de Elmar Harald Setzer Marseille al frente de la gubernatura interina de Chiapas concluyó

de manera precipitada el 18 de enero de 1994. Pablo Salazar Mendiguchía escribió que Javier López Moreno fue convocado a Los Pinos, en donde el presidente Carlos Salinas de Gortari le dijo sin preámbulos:

—Javier, le voy a formular algunas preguntas, y si usted me convence será gobernador de Chiapas.

—No señor presidente, si usted me convence a mí, tal vez le acepte ser gobernador (Salazar Mendiguchía, 2024, p. 37).

El presidente tenía poco margen. Javier López Moreno había sido diputado federal, era originario de Tenejapa, hablaba tzeltal y era buen negociador. El 18 de enero fue nombrado gobernador sustituto por el congreso chiapaneco. Su gestión fue una fiesta. Era un estupendo orador, buen escritor, divertido y no tenía ánimos de confrontación. Sabía que solo contaba con once meses para calmar a un Chiapas que podía salirse de control por el levantamiento armado. Su primera declaración, de que instalaría su gobierno en Ocosingo y no en Tuxtla Gutiérrez, fue el inicio de varias afirmaciones que tenían que ver más con sus deseos que con la realidad.

López Moreno tuvo como misión concluir el sexenio roto que había iniciado con la fuerte presencia de Patrocinio González Garrido, y que se había evaporado con Elmar Setzer, quien ofreció la primera declaración pública sobre la insurrección zapatista desde su sillón de hacendado. Aquel displicente mensaje encendió aún más los ánimos y marcó con celeridad la conclusión de su mandato. López Moreno entendió que su papel era construir puentes con los zapatistas a través

del obispado de San Cristóbal de Las Casas, y a ello se abocó. Pablo Salazar Mendiguchía fue su colaborador principal.

Con los periodistas fue obsequioso. Había recursos. Nunca Chiapas había recibido un presupuesto tan alto. Se abrieron las compuertas de los dineros públicos. López Moreno agasajó y premió a directivos, reporteros y columnistas.

El 21 de agosto de 1994 se realizaron las elecciones en Chiapas con la participación de tres candidatos a la gubernatura: Eduardo Robledo Rincón, del Partido Revolucionario Institucional, quien resultó el ganador con más de 502 mil votos, seguido por Amado Avendaño, del Partido de la Revolución Democrática, quien consiguió 348 mil votos, y al final se ubicó Cesáreo Hernández Sánchez, de Acción Nacional, con 91 mil sufragios.

Pese a la diferencia de más de 15 puntos porcentuales, el resultado oficial fue polémico, sobre todo porque días antes de la elección —el 25 de julio de 1994—, el vehículo en donde viajaba Amado Avendaño fue arrollado por un tráiler. El accidente arrojó tres personas muertas y dos heridas, entre ellos el candidato del PRD. Para el Centro de Derechos Humanos Fray Bartolomé de las Casas no había sido un simple accidente, sino un atentado (Rico, 26 de julio de 1994). Eduardo Robledo asumió el cargo de gobernador el 8 de diciembre de 1994, pero debió solicitar licencia el 14 de febrero de 1995. La inestabilidad del estado, por el alzamiento zapatista, complicó su continuidad. Su relación con la prensa fue muy breve, sin que tampoco influyera en el ecosistema informativo.

Asumió el cargo de gobernador interino Julio César Ruiz Ferro, un tecnócrata originario de Tapachula, que se sumó a

la inercia de brindar contratos publicitarios. Su administración concluyó el 7 de enero de 1998, cuando le faltaba poco más de un mes para cumplir tres años en el cargo. Su dimisión se debió a la matanza de Acteal, en donde fallecieron 45 personas, entre ancianos, mujeres y niños.

Roberto Albores Guillén, originario de Comitán, finalizó aquella administración marcada por la presencia zapatista. En su gobierno se registraron cambios tecnológicos sustanciales de los periódicos, no solo con la incorporación del internet, sino con la adquisición de modernos equipos de impresión, como fue el caso de *Cuarto Poder* que contó con rotativa. Las salas de redacción empezaron también a transformarse con el equipamiento de computadoras para los reporteros y a emplearse los correos electrónicos, en lugar del fax. La Coordinación de Comunicación Social del gobierno estatal seguía ofreciendo máquinas Olivetti para los reporteros que lo necesitaran, así como el servicio telefónico gratuito para comunicarse con sus salas de redacción del centro del país, en una etapa en que las llamadas de larga distancia eran caras. El internet propició el surgimiento de agencias estatales informativas. En 1998, Raúl Ríos, Bernardino Toscano y Fermín Ledesma crearon la agencia Cambio; Cosme Vázquez, la Agencia Estatal de Información de Chiapas; Rafael Victorio, la Agencia Estatal de Información (AEI), y Juan de Dios García Davish y María de Jesús Peters, la Agencia Gráfica del Sur.

El tiraje de la prensa en su conjunto, estimó Enrique García Cuéllar, no sobrepasaba los dos mil 500 ejemplares; “los empresarios de la información no buscaban lectores, sino

cómplices, y estos los encontraban en la clase política” (López Bautista, 1999, p. 45). Para Gustavo Trujillo había un deseo incontrolado del gobierno de corromper, prostituir y degradar a los medios para atraerlos a acuerdos que atentaban “contra el conjunto de la opinión pública, contra la libertad de expresión que la prensa chiapaneca no quiere, no puede o no sabe utilizar y contra el derecho a la información sin adjetivos que la sociedad civil chiapaneca exige” (López Bautista, 1999, p. 54). Los lectores constituían una élite. Una encuesta realizada en el año 2000 arrojó que en el entonces Distrito Federal solo el 12.3 por ciento de las personas leía periódicos; en Nuevo León, el 10.5, y en el resto de los estados, el seis (García Scherer y Monsiváis, 2003). En Chiapas, sin duda, la cifra era mucho menor. El periódico de referencia era *Cuarto Poder*, que según una encuesta realizada por alumnos de la Facultad de Humanidades de la Universidad Autónoma de Chiapas (1999), concentraba el 48.8 de las preferencias de los consumidores, seguido por *Diario de Chiapas* y *La República en Chiapas*, con 13.7 cada uno; *Es! Diario Popular*, 1.2 y *La Voz del Sureste*, 0.8.

Con los convenios publicitarios acostumbrados, los periódicos destinaron sus páginas a exaltar al gobernador y a aceptar sus sugerencias editoriales. A raíz del debate interno para la elección de candidato presidencial del PRI, entre Francisco Labastida Ochoa y Roberto Madrazo Pintado, el gobernador chiapaneco ordenó al jefe de Comunicación Social del gobierno, Edgar Arrocha Graham, que instruyera a la prensa para que publicara que el ganador del debate había sido Labastida.

La transcripción de una grabación, revelada por el periodista Daniel Pensamiento en *Reforma* (27 de abril de 2000), permite conocer la injerencia del gobierno en la línea editorial de los periódicos locales:

Roberto Albores Guillén: Manuel de la Torre va operar que mañana en toda la prensa y en la decisión, que es un asunto del partido, salgan en las primeras páginas de que ganó el debate Labastida, ¿de acuerdo? (...) porque yo le voy a llevar esos recortes a Labastida, y lo mismo los spots de radio que ganó fulano, ¿estás de acuerdo?
Edgar Arocha Graham: Yo estoy totalmente de acuerdo.
Roberto Albores Guillén: Ojalá lo hagan ellos a nivel nacional (Pensamiento, 27 de abril de 2000).

Al conocerse la grabación, el gobernador negó haber girado instrucciones para perfilar a un ganador del debate; que la decisión había sido de los directivos por convicción propia: “No, nosotros no damos instrucciones. Son medios de la iniciativa privada; somos muy cuidadosos para que con toda libertad expresen lo que acontece en Chiapas y en México”.

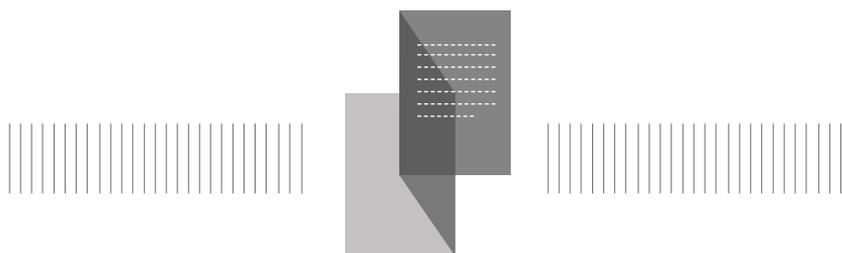
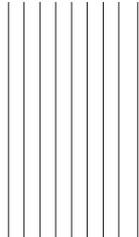
En estos años, empezaron a hacerse comunes las demandas judiciales en contra de periodistas. En mayo de 1998, Mario Zapata Pérez, quien se había desempeñado como subprocurador de la Procuraduría General de Justicia del Estado, demandó a 13 comunicadores por difamación. Los periodistas se habían limitado a retomar las declaraciones de los diputados panistas Francisco Rojas Toledo y Arturo Pérez Hernández, de que el funcionario había rellenado urnas en la elección estatal de 1988. Los demandados fueron: Amet Samayoa Arce, de *Diario de Chiapas*; Rodolfo Villalba Sánchez,

de *Diario del Sur* y corresponsal de *La Jornada*; Carlos César Núñez Martínez y Ramón García Cardona, de *Cuarto Poder*; Enrique Zamora Cruz y Álvaro Islas, de *El Orbe*; Augusto Villarreal Quezada, de *El Sur de México*; Rafael Victorio Ruiz, de la Agencia Estatal de Información; Carlos Zwansinger Cadena, de la revista *Diálogos*, y Juan de Dios García Davish, de la Agencia Gráfica del Sur (Barbosa, 9 de mayo de 1998). La Asociación Mexicana de Editores de Periódicos, en una carta pública, condenó este juicio en contra de los informadores.

Aunque este proceso judicial no avanzó, la práctica de demandar a periodistas se extendió. Funcionarios que sentían vulnerados sus derechos por alguna información publicada, acusaban a los periodistas de difamación. Pocas veces procedieron estas demandas, pero fueron una vía para distraer de sus ocupaciones principales a reporteros, columnistas y directivos.

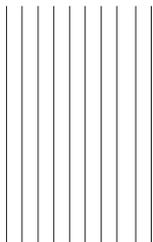
El movimiento zapatista alteró poco las relaciones de la prensa y el Estado en Chiapas, pero propició cambios en el campo periodístico. Había nuevos protagonistas: jóvenes egresados de licenciaturas en comunicación que se instalaron en oficinas de comunicación, en periódicos locales y en corresponsalías de medios capitalinos. Surgieron, si bien de forma marginal, géneros poco practicados hasta entonces, como el periodismo de investigación y el fotoperiodismo. Los medios se tornaron más plurales, con la inclusión de voces de organizaciones campesinas, magisteriales e indígenas. Había una diferencia enorme entre un periódico de 1980, con otro del 2000. Las publicaciones habían dejado de imprimirse en prensa plana, habían abandonado sus seis u ocho páginas

para multiplicarse en 32 o hasta 60 páginas, había separación de secciones, selección de color y tirajes que sobrepasaban los mil ejemplares. Las mujeres, además, eran parte cotidiana del paisaje periodístico, aunque en condiciones desfavorables con respecto a sus colegas varones. Este fue el escenario que encontró Pablo Salazar Mendiguchía, el primer gobernador que emergió de la alternancia de partidos políticos.



DOS

PABLO SALAZAR MENDIGUCHÍA Y
SUS RÍSPIDAS RELACIONES CON LA
PRENSA



Ninguna administración estatal de este siglo puede presumir los logros de su mandato: obtuvo el primer lugar en transparencia, cuenta pública, contabilidad gubernamental y gobierno electrónico. Chiapas fue la primera entidad federativa del país en recibir el ISO 9001:2000 por recaudación hacendaria al triplicar sus ingresos. Creó el Museo de Ciencia y Tecnología, Puerto Chiapas, el Aeropuerto Internacional “Ángel Albino Corzo”, el Puente Chiapas —con casi dos kilómetros de extensión sobre la Presa de Malpaso—, las supercarreteras Tuxtla Gutiérrez-San Cristóbal, Tuxtla-Las Choapas y Coita-Arriaga, en su primera etapa, y los centros ecoturísticos Las Nubes, Las Guacamayas y Chiflón. Además, trajo el fútbol de primera división con la franquicia de Jaguares de Chiapas; incrementó la cobertura de agua potable del 73.5 al 88.2 por ciento y de energía eléctrica en el hogar del 88.4 al 95. Entregó cuentas sin deuda pública: de ubicarse en el lugar 21 de los estados menos hipotecados en 2000, lo colocó en el segundo en 2006.

Aunque sus logros en los planos económico, social y de infraestructura son destacables, en la relación prensa-Estado el gobernador tuvo traspies al enfrentarse con directivos de *Cuarto Poder* y *El Orbe* y menospreciar a periodistas y medios chiapanecos —por considerar que incidían muy poco en la esfera pública—. Su estrategia de comunicación social se apoyó en la difusión de sus acciones en medios nacionales, así como en la radio y la televisión oficiales.

Esta táctica se basó en los resultados de una encuesta, difundidos por el gobierno estatal, la cual indicó que el 67 por

ciento de los chiapanecos prefería la televisión como su medio de información, seguida por la radio, con un 20, y la prensa, con un 5 (Plan Estatal de Desarrollo en Materia de Medios 2000-2006). Los datos coincidían con el contexto nacional; en el entonces Distrito Federal, según información recabada por Scherer y Monsiváis (2003), el porcentaje de lectores de periódicos era del 12.3 por ciento, en Nuevo León del 10.5 y en el resto del país del 6.

Para impulsar la política de comunicación, basada en medios electrónicos, el gobierno creó en 2001 el Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión (Schryt), al cual se le asignó un presupuesto de 34 millones 268 mil 210 pesos, mientras que a la Coordinación de Comunicación Social se le destinó una cantidad menor: 21 millones 198 mil. Lejos de mantenerse ajeno a los intereses oficiales, con la integración de un consejo independiente, como había prometido en campaña, el Schryt estuvo bajo sus órdenes y del coordinador de Comunicación Social. Pese a esta estructura jerárquica, en su primer informe de gobierno, el 8 de diciembre de 2001, Pablo Salazar afirmó que “la radio y la televisión de Chiapas suprimieron el equivocado carácter oficialista que les caracterizó en el pasado.”

Como gobernador electo anunció que cancelaría las subvenciones a los periódicos, considerándolas producto de una relación perversa de la prensa con el gobierno. Y aunque desaparecieron los apoyos económicos en efectivo de forma subterránea, o al menos no hay constancia de que se les otorgara, los convenios publicitarios se mantuvieron con un número reducido de empresas de la información.

El Plan de Gobierno 2001-2006 reconoció que los periódicos habían estado controlados y censurados por el aparato gubernamental:

Lo mismo ocurrió con gran parte de los noticieros de radio y televisión de las estaciones y cadenas privadas. El erario público se utilizó para comprar conciencias y plumas de periodistas y para corromper a los medios de comunicación. Quienes no estuvieron dispuestos a incorporarse a este círculo vicioso de dinero y desinformación, fueron sometidos a la presión política, el ahogamiento económico o la coacción, y fueron restringidas o canceladas sus carreras personales y sus proyectos empresariales.

Este esquema de control de los medios, que dio buenos dividendos a los gobiernos anteriores durante muchos años, fue cediendo paulatinamente ante la presión social, el surgimiento de un incipiente periodista profesional independiente, la aparición de periódicos y medios locales imparciales y la creciente influencia de los medios electrónicos de la capital del país. Esto promovió una naciente opinión pública estatal (Gobierno del Estado de Chiapas 2001-2006, 2001, pp. 97-98).

El documento oficial radiografió la situación de impresos y trabajadores de la información al reconocer un control casi absoluto de los medios, pero que había surgido, aunque en los márgenes, un periodismo profesional. En el contexto nacional la prensa fue un aliado de los partidos de oposición en las elecciones de 2000: “Un lugar común ya irrefutable: [...] más que ninguna otra instancia, alentó la derrota del PRI el 2 de julio. A los dueños de las publicaciones, a los directores, a los reporteros, les importó dejar que las noticias fluyeran y se advirtiese la crítica.” (Scherer y Monsiváis, 2003, p. 315).

Periódicos, estaciones de radio y televisión dieron cabida a personajes de izquierda y derecha.

Sobreabundancia de periódicos

A la llegada de Pablo Salazar al gobierno de Chiapas había un caudal de medios impresos. Una investigación divulgada por el Centro de Investigaciones Económicas y Políticas, A. C. (Ciepac) informó que de los 50 periódicos que circulaban solo tres tenían alcance estatal (Mandujano, 1 de diciembre de 2006). Era una prensa onerosa para el Estado, intrascendente para los lectores potenciales y sin peso en la opinión pública, que despertaba de su letargo cuando veía disminuidos los convenios publicitarios o desaparecidas las subvenciones gubernamentales:

Mientras hubo gobiernos priistas impuestos desde el centro del país, los periódicos chiapanecos funcionaron como voceros del gobernador en turno; a cambio recibieron toneladas de chayotes que les permitieron crecer. De otra manera no se explica cómo en uno de los estados con altos índices de analfabetismo se tiren diariamente una respetable cantidad de ejemplares con ínfimo contenido informativo, que las empresas de medios adquieran nuevos equipos e incluso que el dueño de uno de éstos haya tenido oportunidad —en el transcurso del sexenio pasado— de adquirir un departamento en París (Castillo, 2004, p. 21).

En Tuxtla eran editados *El Sol de Chiapas*, *La Tribuna*, *Es! Diario Popular*, *Diario de Chiapas*, *Cuarto Poder*, *La Voz del Sureste*, *Expreso Chiapas* y *Nuevo Péndulo de Chiapas*; en San Cristóbal,

Sin Línea, La Foja Coleta, Ciudad Real Hoy, El Dictamen Coleta, Diario Las Casas, Siglo XXI y Carteles de San Cristóbal; en Tapachula, *Noticias de Chiapas, La Verdad de Chiapas, Gráfico Sur, El Orbe, Zona Libre, Diario del Sur, El Sol del Soconusco y El Sur de México*; en Cintalapa, *Ecos del Valle*; en Comitán, *Diario de Comitán y El Mundo*; en Tonalá, *Récord*; en Huixtla, *El Informador*; en Ciudad Hidalgo, *La Voz de la Frontera*.

Además de estos diarios circulaban semanarios, mensuarios o publicaciones sin periodicidad definida. *Este Sur* encabezaba la lista de revistas, seguida por *Areópago, Ruleta Política, Carisma, Diálogo, Internet Político, Contraste Sur, Debate Nacional, Revista Vos, Mujeralia, Sur 21, Perfil del Sureste, Suceso, Pluma y Enfoque*, además de los semanarios *Páginas, El Hijo del Ahuizote, Imagen y Pensamientos del Sur*; también el mensuario *Xmedios Comunicación y Sociedad*. Otras publicaciones no eran periódicas, como *La Prensa Hoy, Siglo XXI, Foro Chiapaneco, Pensamientos del Sur, Frontera Sur y Evolución*.

En este sexenio desaparecieron *La Vanguardia*, creado en 1992; *Dimensión y Novedades de Chiapas*, fundado en 1968; y *La Tribuna*, que existía desde 1958. Algunos medios fueron vetados de los convenios publicitarios, como *Cuarto Poder, El Orbe, El Sol de Chiapas, Péndulo de Chiapas y Chiapas Hoy*. En el otorgamiento de publicidad oficial no importó el tiraje, pues los dos primeros periódicos eran líderes en circulación, sino las simpatías de paralelismo político. Los medios favorecidos fueron *La Voz del Sureste, Diario de Chiapas, La República en Chiapas, El Observador de la Frontera Sur, Expreso Chiapas* y *Es! Diario Popular*, que redujo su cabecal a *Es! Diario*.

La Organización Editorial Mexicana (OEM) de Mario Vázquez Raña, con presencia en casi todos los estados del país, estableció tres periódicos en Chiapas. A fines de 2003 compró las instalaciones y el equipo de *La República en Chiapas*, propiedad de Esteban Figueroa Aramoni, y de *Diario del Sur*, fundado en Tapachula en 1948 por el trotamundos del periodismo de provincia Juan Abarca Pérez. El 29 de abril de 2004 aparecieron *El Herald* y *Esto*, y *Diario del Sur* fue incorporado al corporativo de los soles.

En la inauguración de las oficinas de la OEM el gobernador Pablo Salazar reconoció que la empresa se caracterizaba por un periodismo de “sólida tradición ética”, “objetivo”, “responsable”, con palabra de “amigo”, pero “las buenas amistades tienen que ser críticas y, si en este gobierno aceptamos las críticas de los que no son tan amigos, con más razón aceptaremos las que vienen de los amigos.” (Coordinación de Comunicación del Gobierno del Estado de Chiapas, 30 de abril de 2004).

En cuanto a circulación, *Cuarto Poder* impuso tirajes récord de 12 mil ejemplares; en ningún otro momento un periódico chiapaneco había logrado esa cifra, alta para los estándares locales. *El Herald* tiraba alrededor de ocho mil ejemplares; *El Orbe*, siete mil; *Diario de Chiapas*, tres mil, y los demás no sobrepasaban los mil. Después de esta etapa, los diarios redujeron paulatinamente su tiraje.

Priorizar a medios nacionales

La política de comunicación social del gobernador Pablo Salazar Mendiguchía se sustentó, como señalé, en dos estrategias: revelar información importante por medios nacionales —en especial con el periódico *Reforma* y el noticiario radiofónico de Carmen Aristegui— y difundir noticias y actividades gubernamentales mediante el Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión.

El gobernador fue un extraordinario publrrelacionista de su administración. Era amigo de Miguel Ángel Granados Chapa, de quien el Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión retransmitía el programa radiofónico *Plaza Pública*. También mantuvo relaciones con Ricardo Rocha, Adela Micha, Carmen Aristegui y Roberto Zamarripa, a quienes concedía entrevistas y ofrecía información privilegiada.

Los periodistas locales y corresponsales de otros medios, nacionales o regionales, se sintieron desplazados porque las noticias trascendentes eran difundidas primero a nivel nacional y después a Chiapas, retomadas de boletines o cables de agencias informativas. Había motivos para que el gobernador fijara su atención en medios capitalinos. La prensa chiapaneca publicaba panegíricos a los mandatarios locales, alejándose de su propósito de brindar información valiosa a la sociedad. Esa estrategia no permitió la consolidación de un mercado lector. La prensa capitalina, al menos, incidía en el centro del país.

Al canalizar la información relevante a los medios capitalinos y disminuir la subvención a los locales Pablo Salazar

propició, quizá inconscientemente, la gestación de un periodismo que priorizó la crítica, la descalificación y el ataque, pero también abrió ventanas a una prensa más profesional. Algunos periodistas comprendieron que había oportunidad para investigar y denunciar. Jóvenes egresados de las recién creadas licenciaturas en ciencias de la comunicación en Chiapas aparecieron en el escenario con el manejo de géneros periodísticos y valores éticos profesionales.

No es que no hubiera periodistas que antepusieran las prácticas de la comunicación profesional y el respeto a un código deontológico, pero se hicieron más evidentes y se consolidaron en este gobierno. Desde los ochenta aparecieron quienes practicaban la entrevista y el reportaje de largo aliento. Sus foros no estaban en Chiapas, sino en publicaciones como *La Jornada*, *Proceso* y *Excélsior*. El alzamiento zapatista, el cual fue un curso intensivo para todos los actores de los medios locales de información, influyó en los primeros cambios positivos en la prensa chiapaneca. Sin embargo, como se constataría en la siguiente administración, la de Juan Sabines Guerrero, el hilo en que se sostenía la prensa era muy frágil, y su *habitus* correspondía más a su tradicional papel de dependencia del Estado.

Los tipos de periodistas

Un documento interno que circuló confidencialmente al comienzo de este gobierno permite ver cómo estaban clasificados los periodistas desde la óptica oficial: había en los medios,

decía el diagnóstico, reporteros, columnistas, conductores de noticiarios radiofónicos y dueños de periódicos. Los primeros, el gremio más profesionalizado, eran subclasificados en:

1. *Corresponsales de medios nacionales.* Su importancia en alcance es innegable porque son capaces de que un tema local sea incluido en la agenda informativa nacional. A ellos debe tratárseles con respeto y atención. No son extorsionadores y pueden ser buenos amigos.

2. *Reporteros de medios locales de importancia.* Trabajan en cumplimiento de una orden de trabajo; son, la mayoría, profesionales, aunque los hay prepotentes. Deben ser atendidos con cortesía y respeto.

3. *Reporteros de medios locales sin importancia.* Buscan, en especial con los entrevistados, obtener algún tipo de apoyo: pago de facturas, vales de gasolina o créditos para teléfonos celulares.

En cuanto a los columnistas, el documento indicaba que era el gremio con más resistencia al cambio: difamaba, injuriaba, ofendía y mentía sin escrúpulo: “Esto se debe a que son periodistas con antigüedad, con más de diez años en el oficio, y a quienes se les otorga un espacio en blanco, que se constituye en un periódico dentro de otro periódico.” Se les clasificaba como:

1. *Profesionales.* Deslizan la crítica, pero no de manera sistemática, ni por consigna. Aceptan las aclaraciones de sus criticados, no falsifican la información, rara vez difaman.

2. *Extorsionadores.* Desgraciadamente abundan en nuestro medio periodístico. Tienen como arma principal el chantaje para obtener la dádiva. Al funcionario que entra en sus terrenos le es muy difícil salir porque el columnista al ser “comprado” no se constitu-

ye en un enemigo menos sino en uno más, amén de que la fórmula es copiada por otros. Lo mejor es no hacer alianza con ellos. Generalmente no crean opinión ni influyen. No hay que hacerles caso, no hay que leerlos y no pasará nada, aunque ellos hagan del rumor su materia principal. Lo preocupante de un extorsionador sería que hablara bien de un funcionario.

En lugar de llegar a un arreglo con un columnista extorsionador, recomendaba el documento, era mejor hacerlo con el dueño del periódico, pero en términos profesionales, es decir, mediante contratos publicitarios: “Ellos, para no perder estos convenios, seguramente hablarán con el columnista extorsionador.”

Los salarios para los periodistas eran bajos. Un reportero ganaba entre dos mil 500 y tres mil pesos mensuales, aunque la Comisión Nacional de Salarios Mínimos (Conasami) había fijado para los reporteros gráficos o de prensa del sureste de México 120 pesos con 55 centavos, es decir, tres mil 616 con cincuenta mensuales en 2003:

En el caso de los corresponsales de periódicos de circulación nacional o de agencias informativas, el panorama no es muy diferente. Si bien hay periodistas de los grandes medios que obtienen un sueldo por arriba de los diez mil pesos después de varios años de trabajo, hay otros que perciben un sueldo que puede ir desde cuatro mil a seis mil pesos mensuales, cantidad insuficiente para cubrir las necesidades básicas de alimentación, vivienda, vestido, salud y esparcimiento.

A las precarias condiciones económicas de los trabajadores de los medios, se suma la desprotección laboral en la cual trabajan. La mayoría de los reporteros locales no cuenta con una plaza fija

ni contrato; tampoco tiene seguro social, prestaciones o reparto de utilidades y, cuando se les da aguinaldo, éste suele ser equivalente a 15 días de salario. Solo dos periódicos y las empresas radiofónicas proporcionan seguro social y otras prestaciones menores. En los casos más difíciles, el pago de sueldos se retrasa días o hasta quincenas enteras. Bajo estas circunstancias, el mercado laboral resulta bastante inestable y poco prometedor para desarrollarse periodísticamente. Ante la imposibilidad de satisfacer sus necesidades económicas en un solo trabajo, el periodista tiene que buscar otras alternativas que complementen su magro ingreso (Hernández Ramírez, 1 de julio de 2003).

Abenamar Sánchez describió la situación de los periodistas, quienes percibían entre los 50 y 100 pesos diarios, con jornadas de más de 10 horas diarias: “Algunos dueños o empresarios de medios locales llegan a considerar que le hacen un favor al periodista al publicarle su trabajo” (12 de julio de 2006). Las empresas informativas no proporcionaban el equipo necesario para las labores, por lo que la Coordinación de Comunicación Social contaba con una sala de prensa con computadoras y teléfono gratuito.

Édgar Hernández, quien editó por esos años *Xmedios*, una publicación especializada en periodismo, escribió que el reportero tenía dos opciones para percibir mejores ingresos: obtener apoyos subterráneos mediante el “peine” o embute o trabajar en las oficinas de Comunicación Social. Había quienes se beneficiaban mediante acuerdos publicitarios con presidencias municipales o dependencias estatales o federales. La Universidad Autónoma de Chiapas, por ejemplo, durante el rectorado de Jorge Mario Lescieur Talavera, gastó cuatro

millones 854 mil pesos en publicidad institucional; el 65 por ciento de ese monto se entregó a 29 columnistas, entre los que figuraban tres de *Cuarto Poder* y seis del *Diario de Chiapas*. Las cantidades iban de los mil a los diez mil pesos mensuales.

La condición laboral del periodista incidía en la calidad del periodismo, no solo en cuestiones de redacción sino en la falta de trabajos de investigación y tratamiento de temas sustanciales. Predominaron el halago y la descalificación; la nota informativa, basada en declaraciones; la publicación de comunicados de prensa y la abundancia de columnas periodísticas plagadas de adjetivos. Los periódicos, la mayoría, ofrecían contenidos similares: los que estaban alineados al gobierno reproducían en primera plana boletines y fotografías distribuidas por la Coordinación de Comunicación Social, y los que mantenían una posición distante actuaban de forma sincronizada para exaltar los errores gubernamentales. Los reporteros, además, intercambiaban información y entrevistas para cumplir con la cuota de notas solicitadas en sus periódicos, entre tres y cinco diarias:

En las páginas de los diarios reina la “declaracionitis”, pululan las notas editorializadas y las “voladas” recurrentemente reclaman su espacio triunfal. Por el contrario, la crónica, la entrevista, el artículo de análisis, son difíciles de encontrar, y cuando se llega a dar con ellas no siempre son decorosas.

La interdependencia de periodistas y editores con funcionarios de distinto nivel se refleja en los productos periodísticos, donde buena parte de las noticias tienen como fuente privilegiada el sector oficial. Por lo mismo, la autocensura o la toma de partido es un fenómeno frecuente a la hora de informar. En realidad son

pocos los diarios que han alcanzado un nivel de diferenciación que les permite manejar noticias exclusivas y cierto margen de independencia y crítica respecto del gobierno (Hernández, 1 de julio de 2003).

Las condiciones laborales, en especial de reporteros, no alentaban la creatividad ni los trabajos sostenidos. Sin embargo, en ese mar de uniformidad, hubo destellos de buen periodismo, algunos trabajos de investigación, publicados sobre todo en medios nacionales. A los reporteros no solo se les castigó en sus ingresos, también en su estabilidad laboral. Algunos medios despidieron a periodistas sin haberlos indemnizado conforme a la ley.

Laura Mondragón Alavat fue despedida sin indemnización después de un año de trabajar para *Diario de Chiapas* con un sueldo de tres mil pesos mensuales. La causa: haber solicitado aumento salarial. En su jornada laboral, según denunció, debía redactar ocho noticias diarias, pero que eran firmadas por su jefe de redacción (De los Santos, 15 de octubre de 2003). Los periodistas Mario Castillo, Laura Matus y Blanca Barranco también fueron despedidos de forma injustificada de la empresa Radio Núcleo. A Yssa Janeth Salazar y Margarita Farrera les cancelaron el programa *Día tras Día*, que se transmitía por Canal 5, después de que entrevistaron, según denunciaron, a los periodistas Sergio Melgar Recinos, Miguel González Alonso y Carlos César Núñez Martínez (Melgar, 3 de agosto de 2003). A Rosy Guadalupe Pérez le rescindieron su contrato después de nueve años de colaborar en *Reporteros en Acción*, que en este sexenio se convirtió en noticiario oficial del Sis-

tema Chiapaneco de Radio y Televisión. El motivo de su despido injustificado y sin indemnización, dijo la periodista, fue la cobertura de la muerte de 33 niños del Hospital General de Comitán, quienes, según la Procuraduría General de Justicia del Estado, fallecieron por parto prolongado o complicado y no por brote infeccioso intrahospitalario. Augusto Solórzano López, director de *Reporteros en Acción*, aclaró que el despido se debió a causas internas y que lamentaba la politización del tema (21 de julio de 2003). A juicio de la Red de Periodistas de Chiapas, la reportera “fue sometida a una serie de censuras y limitaciones editoriales para no darle espacio a las voces críticas hacia el gobierno de Pablo Salazar” (Pérez, 17 de julio de 2003).

El cierre de la oficina de Notimex en Chiapas, el 15 de mayo de 2002, provocó el despido de los periodistas Gaspar Romero, Walter Rincón Roveló, María de Jesús Peters Pino, Carla Roxana Díaz Cal y Mayor, Karina Yared Álvarez Utrilla, Rosy Guadalupe Pérez y Janet Castillejos Lorena. Solo permanecieron tres corresponsales: Heriberto Velasco Castañeda, en San Cristóbal; Isaí Flores López, en Tuxtla, y René Araujo González, en labores fotográficas. Para ser indemnizados, los despedidos realizaron una huelga de hambre (*Diario de Chiapas*, 18 de mayo de 2002).

Aparte de bajos salarios, algunos periodistas enfrentaron demandas judiciales. Fredy López Arévalo y Ángeles Mariscal, directivos de la agencia informativa Maya Press, y los redactores Mirena Mollinedo y Walter Rincón fueron demandados penalmente por el alcalde Francisco Rojas Toledo, quien

les exigió dos millones de pesos por difamación al haberlo culpado de presunto peculado por un millón 368 mil pesos (averiguación previa 672/DAR-1/2001). La Comisión Estatal de Derechos Humanos (CEDH/26/2002) recomendó a la Procuraduría del Estado sobreseer el caso por haberse violado el derecho de libertad de expresión. La demanda fue desechada.

La relación de prensa y Estado no ha sido tersa en ningún gobierno, sobre todo cuando los policías intentan limitar la actividad informativa. En 2004, Manuel de la Cruz, corresponsal del periódico *El Independiente*, y Roque Mena Madrazo, de *TV Azteca*, fueron agredidos por agentes apostados en el Congreso del Estado. La causa: bloquear el acceso al secretario de Obras Públicas, Rafael Camargo Vidal, y fotografiar a indígenas que dormían en el interior del edificio legislativo. Concepción Villafuerte denunció que había sido amenazada por funcionarios municipales después de haber criticado al director de Protección Ciudadana y Vialidad de San Cristóbal de Las Casas (Villafuerte, 20 de octubre de 2005). Entonces era común que la Procuraduría General de la República (PGR) presionara a periodistas para que delataran sus fuentes de información cuando publicaban noticias de grupos armados. Rodolfo Sol, de *Cuarto Poder*, y Leticia Hernández Montoya, de *Expreso Chiapas*, fueron citados para revelar el nombre de sus informantes respecto a la aparición del Ejército Popular Revolucionario (EPR) en Chiapas. Igual suerte corrieron el fotógrafo Víctor Camacho y Juan Carlos Herrera, de *Cuarto Poder*, cuando cubrieron la irrupción del grupo paramilitar Paz y Justicia en Yajalón.

Para protegerse los periodistas participaron en las organizaciones Asociación Civil de Periodistas Belisario Domínguez, Foro de Periodistas de Chiapas, Asociación de Redactores y Reporteros Prensa Chiapas y el Frente de Periodistas de Chiapas (Frepech), creado el 4 de mayo de 2002 y dirigido por Miguel González Alonso y Alfonso Carbonell Chávez. Esta organización, que contó con más de 100 afiliados, se opuso a la reforma al Código Penal, a la cual calificó como *Ley Mordaza*. Hacia el exterior, la Frepech se unió a la Federación de Asociaciones de Periodistas Mexicanos, presidida por Teodoro Rentería Arróyave.

Confrontación con *Cuarto Poder*

El 25 de abril de 2003 fue detenido Conrado Gustavo de la Cruz Morales, hijo del propietario del periódico *Cuarto Poder*, en un departamento de Cancún, propiedad de Luis Pedrero, entonces secretario de Turismo de Chiapas, quien fue despedido por el incidente. Al detenido se le acusó de corrupción de menores, asociación delictuosa, fraude y robo agravado.

Un hecho del 4 de octubre de 2002 evidenció las primeras amenazas en contra del hijo del dueño de *Cuarto Poder*, cuando la Procuraduría denunció que en el Bar Liquid se ejercía la prostitución de menores y se vendía drogas y bebidas adulteradas. Sin embargo, el establecimiento no pertenecía al acusado, quien había transferido sus acciones el 7 de agosto de 2002. Tal detención fue la culminación del enfrentamiento abierto entre los directivos de *Cuarto Poder* y el gobernador Pablo Salazar Mendiguchía:

Durante mi campaña a gobernador hubo en particular un medio local que me vaticinó todas las desgracias que no ocurrieron: “No lo va a apoyar ningún partido.” Después de que me dio su apoyo el Partido del Trabajo, dijo: “Va a ser el único que lo respalde.” Cuando seis partidos me habían hecho su candidato, apostó a que ni el PAN ni el PRD sumarían sus siglas al escudo.

Ya con los ocho partidos en la amplia coalición, el pronóstico fue: “No va a ganar.”

En la histórica jornada del 20 de agosto del 2000 se anunció el triunfo contundente de la Alianza por Chiapas —que después ratificaron los órganos electorales—, y entonces la sentencia fue: “Pablo no tomará posesión” (Marín, 2 de febrero de 2005).

Otro elemento incendió el ambiente: el 28 de julio de 2000 el periodista Víctor Carrillo Caloca publicó en *Cuarto Poder* que el candidato aliancista no contaba con título de abogado, y no obstante se había desempeñado como secretario de Gobierno, para lo cual era requisito estar titulado. La información no fue desmentida, pero su cédula fue tramitada en 2001 como egresado de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Para Romeo Ortega López las diferencias entre *Cuarto Poder* y el gobernador no fueron periodísticas sino económicas: “Es falso que tenga su origen en la publicación de ‘una reveladora nota’. Obedece a la pérdida de privilegios económicos cuando ese director del periódico consideró al erario público como su cornucopia personal, hasta que alguien le paró el alto.” (Ortega, 5 de mayo de 2003). Pablo Salazar Mendiguchía ha coincidido en que las diferencias con el periódico fueron por falta de acuerdos publicitarios. Entrevistado por Adela Micha el 31 de enero de 2005, en Canal 4, indicó que *Cuarto Poder* recibía del gobierno antecesor 200 mil dólares mensua-

les de *chayote*:

—El gobierno pagaba por las ocho columnas. Es el único caso que yo conozco y digno de estudio: un diario que facturaba las ocho columnas.

—¡Ah!, ¿sí?

—¡Pero por supuesto! Tenemos los documentos. El diario cobraba las ocho columnas que —tengo entendido hasta lo poco que sé de periodismo— son lo más sagrado que hay en un periódico. Eso no se vende... Y todo ese cerro de facturas... ¡Es más, se facturaba lo intrascendente! Las ocho columnas eran lo intrascendente: “El gobernador besó al primer niño del milenio.” Ésas eran las ocho columnas, y costaban 60 mil pesos o algo así. ¡Las ocho columnas! Dos millones de pesos mensuales, pero no bastaba: los columnistas, por aparte, facturaban también los elogios al gobernador. Es una chulada. Columnistas que hoy se dicen críticos acompañaban su columna a la factura. O sea, si en la columna hacían elogios encendidos al gobernador, su factura decía “Por los comentarios vertidos en la columna de fecha fulana de tal.”

Eso se acabó cuando llegamos al gobierno, y por supuesto eso trastoca intereses, porque nosotros hemos decidido establecer una nueva relación: que los periódicos sean realmente críticos y digan lo que quieran. No tenemos que pagar por la imagen del gobierno ni tenemos que comprar conciencias. No lo hacemos con ningún medio.

—¿Y qué ha pasado con este diario?

—Nada, simplemente que han aprendido a ser críticos; llevan cuatro años siendo críticos todos los días, ¡algo que en su vida habían practicado! (Marín, 2 de febrero de 2005).

Carlos Marín, quien retomó la entrevista en su columna El asalto a la razón, publicada en *Milenio* el 2 de febrero de 2005, precisó que el diario en mención era *Cuarto Poder*, propiedad de Conrado de la Cruz Jiménez, quien se había enriquecido

“particularmente con los embutes o chayotes de los gobernadores Julio César Ruiz Ferro y Roberto Albores Guillén.”

Fue tal el poder que alcanzó el diario, que a su propietario se le abrían las puertas del gobernador cada que lo reclamaba y logró imponer a presidentes municipales y diputados.

En pocos años, De la Cruz reunió una importante colección de arte —que incluye desde coroneles hasta picassos—, así como un departamento de un millón de dólares en Cancún y casas en París y Miami (Marín, 2 de febrero de 2005).

El columnista Miguel González Alonso respondió las críticas de Marín en un texto titulado “¿Arriba las manos? O mal informado”, publicado en *Cuarto Poder* el 3 de febrero de 2005:

¿Tiene Usted constancia de que yo facturaba elogios como para haber podido publicarlos sin empacho? ¿Para sostener sus dichos le entregaron documentación suficiente para hacer tan temerario señalamiento en un periódico que circula en un estado donde la difamación se castiga hasta con 9 de años de prisión?

Por último, sin olvidar que Usted ha sido un periodista de *Proceso* y que ha redactado un manual de periodismo, ¿le parece correcto hacer afirmaciones sin pruebas? No me conoce. Y no parece justo que por considerarme un periodista de provincia crea que no merezco respeto. ¡Me merezco el mismo que Usted me merece a mí!

Para terminar esta réplica considero que es conveniente hacerle saber un par de cuestiones. Que se sepa, no existe nadie, hoy día, a lo largo de mis 25 años de ejercicio periodístico —sin que esto suene a golpes de pecho—, que pueda sostener ante mi persona, y menos aún, ante tribunales, que le he pedido dinero para elogiarlo, mucho menos que haya yo pretendido extorsio-

narlo. Inclusive, me atrevo a decirlo... el propio Pablo Salazar podría ser mi testigo (González, 3 de febrero de 2005).

Carlos Marín contestó con la publicación de una factura de González Alonso, fechada en agosto de 2000, con el concepto de “servicio periodístico” y la transcripción del texto de la columna cobrada:

“Sin embargo, dentro de esa escena de linchamiento se ha levantado una voz fuerte, contundente, certera, oportuna, viril, respetuosa y leal... la de Roberto Armando Albores Guillén, quien sin empacho ni regateo alguno, muy a pesar de que está al frente de una administración próxima a entregar sin conocer a qué siglas todavía, ha tenido la franqueza y sobre todo los arreos necesarios para señalar que en Chiapas no puede discutirse el decidido apoyo brindado por el Presidente Zedillo para sentar importantes bases que impulsan el desarrollo...” (Marín, 4 de febrero de 2005).

El libro *En el territorio del no poder*, de Pablo Salazar, relata que fue invitado por Rafael Loret de Mola a comer, junto con directores de periódicos de algunos estados, en el exclusivo restaurante Churchill, de la Ciudad de México, y que entonces el periodista yucateco le propuso resolver el conflicto con *Cuarto Poder*:

—El periódico no se propone elogiar de aquí en adelante al gobierno de Pablo Salazar, pero se compromete a no meterse con su persona ni con su gobierno, a cambio de que “se ponga al corriente” con lo que le ha dejado de pagar en 5 años.

—Mi antecesor le debía al *Cuarto Poder* un promedio de 2 millones 500 mil pesos mensuales. Haciendo mis cuentas, me está usted pidiendo 150 millones de pesos para ponerme al corriente. ¿Es así? Les pregunté.

—Así es, gobernador. Si usted paga 150 millones de pesos, en realidad, lo que ha dejado de darles, pues se acaba el conflicto con el *Cuarto Poder* y de aquí en adelante, como le dijimos, no lo van a elogiar, pero ya no se volverán a meter con usted, ni los dueños ni los columnistas (Salazar Mendiguchía, 2024, p. 87).

La respuesta del gobernador, que provocó amenazas de denunciarlo ante la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), fue muy parecida a la expresada en la entrevista con Adela Micha:

—¿Se han puesto a pensar cuántas aulas, clínicas, viviendas y kilómetros de caminos podría hacer con ese dinero que ustedes me piden? Pensándolo bien —les dije— es muy alta y costosa la exigencia para tan pobre contraprestación: 150 millones a cambio de que no se metan conmigo. No se los había dicho, pero gracias a la dura línea crítica de ese medio me han ayudado a hacer un mejor gobierno. Y deberán de entender que, a estas alturas de mi administración, no solamente ya me acostumbré a su crítica, sino que ya hasta la espero. Así que, no pienso darles un solo peso de lo que me piden, y por favor, síganse metiendo conmigo. No pasa nada (Salazar Mendiguchía, 2024, p. 87).

No hubo más acercamientos, según lo expresado por el gobernador. *Cuarto Poder* continuó su línea editorial de descalificación y el gobierno, que no se sustrajo del enfrentamiento, mantuvo en la cárcel al hijo del dueño del periódico. En el mandato de Juan Sabines Guerrero Conrado de la Cruz Morales fue liberado.

La confrontación entre *Cuarto Poder* y el gobierno de Pablo Salazar no incidió en un mejor periodismo, como en su época

sucedió con *Excelsior* de Julio Scherer García cuando se enfrentó a la administración de Luis Echeverría Álvarez. En Chiapas la tónica fue diferente. Cuarto Poder buscó exhibir los errores de un gobierno, pero a golpe de adjetivos, de descalificaciones y sin investigaciones de profundidad. Eso minó su credibilidad. El gobierno estatal también alimentó el enfrentamiento. Aprovechó sus recursos, acosó a los dueños del periódico y contrató a reporteros que laboraban en ese medio en sus oficinas de comunicación para complicarles la tarea informativa.

En una carta pública que circuló el 7 de mayo de 2003 Conrado de la Cruz Jiménez acusó al gobierno estatal de utilizar recursos públicos para someter a *Cuarto Poder*:

Las presiones sufridas por el periódico *Cuarto Poder* en los dos años de gobierno de Salazar han ido del desmantelamiento de la plantilla original de reporteros del periódico —ofreciéndoles plazas como coordinadores de comunicación—, el boicot hacia la distribución del diario —otorgándoles terrenos y casas a los voceadores—, hasta la franca difamación en contra del director general del periódico y, ahora, el hostigamiento policiaco en contra de su exesposa e hijo (De la Cruz, 7 de mayo de 2003).

En su participación en la 58 Asamblea General de la Sociedad Interamericana de Prensa, en Lima, el 8 octubre de 2002, Conrado de la Cruz denunció, entre otras acciones intimidatorias del gobierno estatal, el “pirateo de su personal”. Enumeró a quienes habían migrado a la nómina oficial:

Abel: jefe de prensa del gobierno del estado, cargo por el que renunció el 17 de septiembre de 2000 al *Cuarto Poder*, en donde

laboraba desde 15 de septiembre de 1995. José: jefe de prensa de la Procuraduría de Justicia del Estado. Renunció el 6 de abril de 2001. Había ingresado al *Cuarto Poder* el 25 de enero de 1999. Guillermo: originalmente se le ofreció la dirección del canal oficial de televisión del gobierno del estado (Canal 10) y posteriormente se integró como coordinador de Comunicación de la Universidad de Ciencias y Artes del Estado de Chiapas (Unicach), institución dependiente del gobierno estatal. Renunció el 8 de abril de 2001 al cargo de jefe de redacción que ocupaba desde el 8 de febrero de 1995. Félix: coordinación de Comunicación Social del Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Renunció el 25 de mayo de 2001. Había ingresado al periódico como reportero el 16 de noviembre de 1998. Nolberto: originalmente se le ofreció la Coordinación de Comunicación del Instituto Estatal Electoral y después la Jefatura de Información de Canal 10 de TV. Renunció el 7 de octubre de 2001. Había ingresado al periódico el primero de febrero de 1999. Rubén: reportero de Canal 10 de TV. Renunció el 14 de octubre de 2001. Había ingresado el 8 de marzo de 1995. Javier: jefe de Prensa de la delegación estatal de la Secretaría de Desarrollo Social (Sedeso). Renunció el 25 de noviembre de 2001. Había ingresado el 10 de febrero de 1998. Adriana: reportera de Canal 10 de TV. Renunció el 15 de diciembre de 2001. Había ingresado el primero de mayo de ese mismo año. Omar: encargado de Comunicación Social en la Subprocuraduría de Justicia del Soconusco, con sede en Tapachula. Renunció el 21 de julio de 2002. Había ingresado el 9 de abril de 2001 (De la Cruz, 8 de octubre de 2002).

El gobierno no supo manejar sus diferencias con *Cuarto Poder*, es más, promovió el encono y el conflicto, mientras que el diario tuxtleco, el de mayor circulación en Chiapas, se sumergió en un periodismo de superficialidades, sin trascendencia informativa, fincado en la descalificación. Al valorar este enfrentamiento, el periodista Isaín Mandujano escribió:

De ambas partes hay soberbia y orgullo, nadie quiere ceder un ápice. Mientras *Cuarto Poder* siga en su línea dura, aquí el más obligado a mostrar una faceta de conciliador y obligado a dirimir diferencias entre y con actores sociales, políticos y económicos, es el gobernador, pues es un líder, y un líder se supone que tiene toda la capacidad para dialogar, negociar y reconciliar conflictos en un núcleo determinado; sin embargo, tal parece quiere exterminarlo antes de que termine su mandato en el 2006 (Mandujano, 25 de abril de 2004).

Pablo Salazar no pudo “exterminar” a *Cuarto Poder*, y tampoco éste logró su propósito de opacar la gestión del gobernador, quien en el terreno de las políticas públicas cosechó éxitos reconocidos por organizaciones nacionales e internacionales.

Caso para retomar es el de Ángel Mario Ksheratto Flores, columnista del *Cuarto Poder*, detenido el 9 enero de 2003 acusado de difamación (expediente 423/2002). El motivo: publicar que la jefa del área de difusión del Comité Estatal de Construcción de Escuelas (Cocoes) había construido su casa con recursos públicos y sugerir que mantenía relaciones con el titular de esa dependencia. Seguramente el juez no habría actuado con tanta celeridad si no hubiese conocido el enfrentamiento del gobernador con el periódico. En esa ocasión, después de pagar una fianza de 63 mil pesos, Ksheratto fue liberado, aunque con la condición de firmar cada ocho días en el penal.

Por esas fechas fue inaugurado el Centro de Reinserción Social El Amate en Cintalapa, a donde fueron trasladados los reos de la cárcel de Cerro Hueco de Tuxtla Gutiérrez. Ksheratto debía, entonces, viajar más de 100 kilómetros de su lugar

de residencia, con todas las complicaciones que acarrea, porque, según denunció el periodista, el juez cambiaba a su antojo la fecha de la firma; si iba el sábado, le decían que regresara el martes, de tal manera que le era difícil cumplir con el compromiso judicial. En octubre de 2005 fue reaprehendido con el argumento de haber sido negligente en las firmas semanales. El juez fijó una fianza de 201 mil pesos, cantidad que, según calificó el abogado Miguel Ángel de los Santos, era excesiva. Después de las apelaciones fue reducida y el periodista recuperó la libertad.

El 4 de febrero de 2006 Ángel Mario Ksheratto fue detenido por tercera vez. En esa ocasión estuvo 18 días en la cárcel. El 16 de noviembre de ese mismo año fue encarcelado por cuarta ocasión, en la que sería su estancia más prolongada, hasta que el gobernador entrante, Juan Sabines Guerrero, pagó una fianza por 33 mil 500 pesos y promovió su liberación.

Con este martirologio, no hay duda de que el periodista fue víctima de la mano férrea del Gobierno del Estado en contra de los colaboradores de *Cuarto Poder*. Para la organización Reporteros sin Fronteras las detenciones de este comunicador fueron un signo de acoso, ensañamiento judicial y grave peligro para la libertad de expresión, al indicar que “el encarcelamiento por un delito de prensa es indigno de un Estado de derecho”, y que resultaba “absurdo que en el estado de Chiapas” se mantuviera ese tipo de condenas, “cuando otros estados de México las han suprimido” (10 de febrero de 2006). El Comité Internacional de Periodistas (CPI) expresó también su inconformidad por esta detención: “Estamos consternados por el encarcelamien-

to de nuestro colega y reclamamos su liberación inmediata.” (Mandujano, 6 de febrero de 2006). Incluso el entonces senador Rutilio Escandón Cadenas condenó la actuación de las autoridades judiciales al calificar como vergonzosa la detención de Ksheratto: “Considero que el gobierno tiene que tomar conciencia y puede actuar reparando el daño dejando en libertad al compañero Ksheratto, se lo exigimos inmediatamente... ya han sido muchos años que se le ha venido lastimando por la misma causa” (Rincón, 4 de enero de 2006).

Es difícil imaginar que el gobernador no haya sido informado, y aprobado, la detención de Ángel Mario Ksheratto. Podría argumentarse que el columnista ignoró las recomendaciones de la autoridad y relajó las firmas semanales de libertad condicional, pero no era un delincuente mayor para estar preso en El Amate. Y ahí en el encierro, que al final de sus días recordaba con sentido del humor, siguió escribiendo su columna para *Cuarto Poder*. Falleció el 5 de febrero de 2021.

La Ley Mordaza

El 17 febrero de 2004 el Congreso del Estado aprobó reformas a los artículos 164, 169 y 173 bis, 173 ter y 173 quater del Código Penal, trasladando delitos de prensa de carácter civil a materia penal. Esto significó castigar la difamación y la calumnia. Anteriormente se contemplaba una sanción por difamación de entre tres y cinco años y multa de 75 días de salario; con la reforma era de entre tres y nueve y 100 a 1,000 días de salario.

A esta reforma, que restringía la libertad de expresión los periodistas la calificaron como *Ley Mordaza*, y aunque estaba programado que entrara en vigor el 26 de mayo de ese año, se mantuvo en el limbo por la presión de comunicadores chiapanecos y organizaciones nacionales e internacionales, como el Centro de Derechos Humanos Fray Bartolomé de Las Casas, Reporteros sin Fronteras, el Comité Internacional de Periodistas y la Sociedad Interamericana de Prensa.

Hasta el obispo Samuel Ruiz García, amigo del gobernador, se pronunció en contra de la modificación del Código Penal por considerar que limitaba el ejercicio de la libertad de prensa, ya que “puede aplicarse no solo a quien brinda la información presuntamente difamatoria o calumniosa, sino también a quien suscribe nota de prensa o artículos, incluso abre la posibilidad legal de que las sanciones trasciendan al propietario del medio de comunicación” (Mandujano, 3 de mayo de 2005). El Comité Internacional de Periodistas (CPJ) indicó que las reformas eran “particularmente perniciosas en tanto que elevan la difamación a la categoría de delito grave, dado que las sanciones penales por difamación han sido aumentadas drásticamente” (en Mandujano, 6 de febrero de 2006).

Por estas razones, el Centro de Derechos Humanos Fray Bartolomé de Las Casas exigió “abrogar las reformas penales” que atentaban “contra la libertad de prensa, en concordancia con el derecho internacional de los derechos humanos, y los artículos 6 y 7 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.” (Mandujano, 3 de mayo de 2005). Eduardo Bertoni, relator especial para la libertad de expresión de

la Comisión Interamericana de los Derechos Humanos, hizo constar que algunos periodistas habían recibido amenazas de demandas por difamación, al amparo de la nueva reforma. En la lista de agraviados estaban Ricardo del Muro y Francisco Barbosa, de *Cuarto Poder*; Rosario González Chay, de la OEM en Tapachula; Manuel de la Cruz, de Televisa Radio, y los conductores de programas noticiosos Francisco Javier Figueroa Niño y Arlet Aguilar Molina.

Ningún periodista fue procesado por la *Ley Mordaza*. Algunos incluso aprovecharon este equívoco jurídico para atizar el fuego, viniera o no al caso, en contra del gobierno estatal. Hubo marchas y huelga de hambre de comunicadores para eliminar la reforma. Pese a las exigencias, los legisladores y el gobierno estatal no dieron marcha atrás. Juan Sabines derogaría las reformas punitivas del Código Penal. Para Pablo Salazar no hubo malas intenciones con estos cambios en el código, “simplemente se nos fue” (entrevista, 15 de julio de 2024).

Con directivos de *El Orbe* también hubo diferencias. Enrique Zamora Cruz, propietario del periódico, fue interrogado por personal de la Fiscalía General de Justicia del Estado de Chiapas durante más de 12 horas a fines de octubre de 2005, acusado de difamación por haber criticado, según denunció, el apoyo del Gobierno del Estado ante la tragedia del huracán *Stan* (averiguación previa FAR/016/05-10).

La demanda por difamación, según el directivo, se basaba en un titular de *El Orbe* que preguntaba: “Pablo Salazar... ¿hasta cuándo?” (22 de octubre de 2005), con un cuerpo noticioso que sugería que el presupuesto del Fondo Nacional de

Desastres Naturales (Fonden) se había gastado en el equipo de fútbol Jaguares de Chiapas:

Me hicieron más de doscientas preguntas. Llegaron a cuestionarme si yo intentaba matar al gobernador Pablo Salazar; si tenía yo interés en desprestigiarlo; si yo veía que no trabajaba el gobernador Salazar; que cuántos periódicos imprimía; que si era el mejor periódico del estado; que cuáles eran mis intenciones en contra del gobierno estatal, y si mi deseo era que no se pagaran impuestos; si mi deseo era el levantamiento del pueblo de Tapachula contra el Gobierno del Estado (Zamora, 1 de noviembre de 2005).

Diputados y senadores se solidarizaron con el directivo; José Antonio Aguilar Bodegas dijo que la postura del Gobierno del Estado en torno al caso de *El Orbe* “lo único que ha logrado es polarizar las diferencias en la entidad, lo que podría traer mayor irritabilidad social” (6 de noviembre de 2005). Rutilio Escandón expresó que el gobierno de Chiapas estaba equivocado si pretendía “poner bozal al pueblo para acallar las manifestaciones de protesta, porque criticar los yerros de las dependencias es un exceso que en México ya no se puede permitir bajo ninguna condición” (11 de noviembre de 2005). En un comunicado de prensa el gobierno estatal afirmó que Enrique Zamora era indiciado por haber “difamado al gobierno local al difundir, sin ningún sustento, el supuesto desvío de recursos del Fondo de Desastres Naturales” (Villalva, 28 de octubre de 2005).

La demanda contra Enrique Zamora Cruz, directivo de *El Orbe*, no tuvo más repercusión, tampoco el caso de su hermano Adolfo, acusado de desviar apoyos de los damnificados del huracán *Stan*:

Vivíamos días difíciles de reconstrucción por la desgracia del *Stan*. Recibimos incontables muestras de solidaridad, nacional e internacional. El gobierno municipal de Tijuana, encabezado por Jorge Hank Rhon, impulsó por los medios de comunicación una colecta para los damnificados, y la respuesta social fue ampliamente generosa.

Por esos días Adolfo Zamora era representante en Tapachula de la candidatura presidencial de Roberto Madrazo y tenía una casa de campaña para ese propósito. Adolfo compartía con el alcalde de Tijuana sus simpatías por Madrazo.

Al secretario de Desarrollo Social del municipio de Tijuana se le hizo muy fácil entrar en complicidad con Zamora para que, en lugar de canalizar la ayuda humanitaria por las vías institucionales, se desviara a la casa de campaña de Roberto Madrazo.

Imperdonable. Era una ayuda del pueblo de Tijuana al de Chiapas, y no para la militancia priista. Ese acto de pillaje nos fue reportado desde esa ciudad fronteriza, y por ese motivo se abrió una investigación criminal.

Como consecuencia, el secretario de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Tijuana estuvo preso, Zamora se dio a la fuga, y en un operativo policiaco se recuperó la ayuda humanitaria (Salazar Mendiguchía, entrevista, 27 de septiembre de 2022).

Los ataques a los propietarios de *Cuarto Poder* y *El Orbe*, los periódicos más emblemáticos, ahondaron las diferencias entre Pablo Salazar y los actores políticos que condenaron la *Ley Mordaza* y se solidarizaron con los afectados.

Cuarto Poder y *El Orbe*, acechados como estaban por el Gobierno del Estado, mutaron su línea editorial, de complacientes como habían sido con los gobiernos estatales, se tornaron críticos. Ninguno de los dos periódicos fomentó la investigación seria y profunda acerca de la administración estatal. Predominaron las descalificaciones, los adjetivos y las agresiones contra el gobernador.

Reporteros y periodistas se sumaron a esta tendencia de criticar a los actores políticos, compaginada con el contexto nacional, donde periódicos y revistas ventilaban y celebraban con ánimo reprobatorio los traspiés del gobierno federal.

Era un momento irrepetible del libre ejercicio periodístico. Aunque se cometía excesos, se pensaba que la prensa hallaría el remedio, que se traduciría, al paso de meses, años, en una mirada más serena, sin dejar de ser crítica del actuar público de los políticos: “El cuestionamiento que antes se consideraba de valiente periodismo, ahora es altanero ante un gobierno democrático”, escribió el columnista René Delios (4 de febrero de 2004). Sin embargo, hubo motivos para pensar en una prensa más libre, pero responsable en la vida pública, enfocada más al servicio ciudadano que al funcionario, quien reclamaba la complicidad y el halago. Se veía, algo muy esperado, que fuera un correctivo a los excesos gubernamentales y transparentara la vida pública, como sucedía en el contexto nacional.

Colofón

En campaña Pablo Salazar presentó el documento *Gobernar es informar* en el III Congreso de Comunicación Educativa, celebrado en Tuxtla Gutiérrez el 4 de abril de 2000, comprometiéndose, entre otras cuestiones, a presentar anualmente los gastos pormenorizados en materia de publicidad gubernamental y formar un consejo plural de comunicación social, integrado por miembros de la sociedad civil, “con atribucio-

nes para evaluar y opinar respecto de los contenidos de los medios de comunicación, para garantizar la libertad de expresión y el cumplimiento del derecho a la información.” Pero no se cumplió la promesa. No se informó de manera pormenorizada acerca de los gastos de comunicación social, tampoco se formó el consejo ni se transparentó el otorgamiento de publicidad oficial. Por el contrario, se aprobó reformas al Código Penal regresivas para la libertad de expresión, pero no fueron aplicadas. Aunque el Plan de Gobierno 2001-2006 se propuso establecer “relaciones honestas y transparentes con los medios de comunicación”, se continuó arrastrando vicios. Tampoco fueron fortalecidas la crítica y la réplica, como se había propuesto para constituirse en régimen “tolerante, incluyente, plural y democrático”.

Ante la falta de un público lector que sea un activo en el negocio de la información, las empresas periodísticas de Chiapas han aceptado, hasta con comodidad y buen ánimo, su papel subordinado a las decisiones gubernamentales. De esa manera no han tenido por qué preocuparse en crear lectores o buscar anunciantes particulares; ha bastado acordar tarifas publicitarias y apoyos subterráneos con el aparato oficial. Solo cuando se pierde estos acuerdos económicos cambia la política editorial de los periódicos, de pronto se tornan críticos e independientes. Una minoría, medios fundados generalmente por jóvenes profesionales, se lanza al océano de la información con la pretensión de servir a los lectores. Por tres o seis meses editan un producto interesante, hasta que la terca realidad los convence de que es imposible navegar

ante la indiferencia de la sociedad. Para sostener un medio independiente, lo entienden, es necesario financiarlo con el trabajo y el sudor de sus accionistas. Eso desgasta y mina el proyecto hasta que desaparece.

Los apoyos directos a periodistas, en forma de *chayotes* o embutes, desaparecieron. Los columnistas siguieron en lo suyo: el reconocimiento adulador o la crítica desmedida y la magnificación de hechos de corrupción o equivocaciones del “Gobierno de la Esperanza”. Entre los reporteros hubo esfuerzos con trabajos de investigación y tratamiento periodístico profesional, pero muy marginales.

Para José Figueroa Rodríguez, autor de la columna *Café Avenida*, el periodismo se caracterizó por la transparencia, no por “dádivas del gobierno”, ni siquiera por la voluntad de los editores, sino porque había emergido una sociedad más “enterada, escolarizada y crítica” que obligaba a los periodistas a realizar “su trabajo con mayor profesionalismo y honestidad”:

Nadie lee boletines ni a periodistas que de suyo se tiran de alfombras ante el poder y el no vender por pérdida de credibilidad es la censura moderna, la ejerce la sociedad consumidora de información y con ello incrementa o baja los tirajes hasta hacer morir los medios, lo mismo que enterrar a los periodistas que se hunden en el descrédito por barajar las letras en los extremos de la crítica destructiva o de la diaria confabulación con el poder que elogia, exprime y gasta ejerciendo como gacetilleros o como francotiradores oficiales (Figueroa, 2 de enero de 2008).

En la confrontación del gobierno con *Cuarto Poder* y *El Orbe* no hubo ganadores. Por el lado oficial se actuó con dureza

contra sus directivos, pero éstos tampoco propusieron un cambio de rumbo en el ejercicio periodístico. Hubo esfuerzos aislados de un tratamiento diferente, impulsado por los periodistas, con un mayor empleo de reportajes, crónicas y entrevistas:

El resultado al término de su gestión es la disminución en el número de medios y la prevalencia -salvo una excepción de una uniformidad en los contenidos informativos. La excepción se dio en el diario local *Cuarto Poder*, que en un momento fue el de mayor penetración, pero lejos de responder a los ataques gubernamentales ofreciendo un producto periodístico de calidad, vendió una visión contestataria y visceral de la realidad chiapaneca (Mandujano, 1 de diciembre de 2006).

Pablo Salazar Mendiguchía no fue un sátrapa, ni un gobernador ineficiente y corrupto en las dimensiones que lo retrató *Cuarto Poder*, pero tampoco éste estuvo dirigido por delincuentes merecedores de cárcel. La prensa estaba acostumbrada a vivir de sangrar al erario. No era heroica, sino acomodaticia, defensora de sus muy particulares intereses, cifrados en cuotas publicitarias. Aun así, el gobernador debió proyectar un mejor escenario para los medios chiapanecos, en lugar de sumergirse en esa batalla estéril contra los directivos.

No se debe juzgar a un gobierno únicamente por su relación con los medios, pues constituye una pequeña parte del ejercicio del poder, pero retrata el talante de los gobernantes, más que sus logros en otros rubros. Como se mencionó, esta administración tuvo primeros lugares en transparencia, cuen-

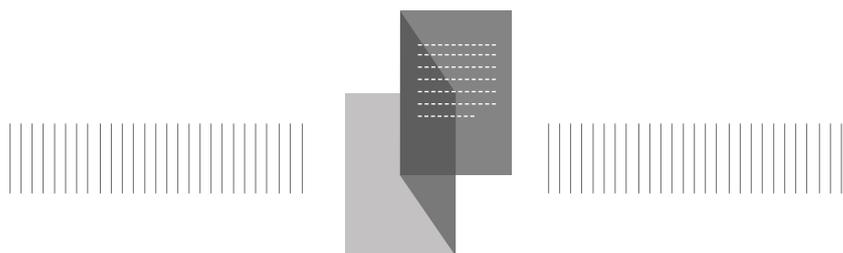
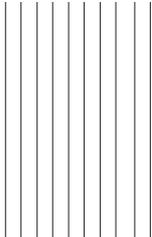
ta pública, contabilidad gubernamental, seguridad, gobierno electrónico, recaudación, mejoramiento de la vivienda y atención a personas vulnerables. No ha habido, en este siglo, otro gobierno local que pueda presumir esos datos. Tampoco es posible destacar en todos los rubros. Hay, casi siempre, asuntos pendientes, zonas de escombros o en construcción en las cuales no se avanzó, se tropezó o hubo conflictos. La relación prensa-Estado no ha sido fácil. Los medios en Chiapas han vivido una historia de sometimiento a los gobiernos, de agobiante paralelismo político reflejado en las primeras planas de los periódicos, homogéneas y calcadas unas de otras, aunque con distintos cabezales.

Al final de su gobierno, el 29 de noviembre de 2006, cuando inauguró el Hospital Vida Mejor de los Trabajadores del Gobierno del Estado, Pablo Salazar expresó:

Déjenme compartirles una información. Alguien me dijo hace algunos días: “Construir un hospital no es como construir un hotel, lo echamos andar y vámonos.” No. Un hospital es una cosa más complicada, bastante más compleja.

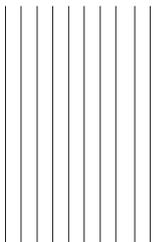
Y tengo que hacer esta prevención porque yo no quiero que mañana las *viudas del chayote* que no abandonaron su amargura durante seis años estén tergiversando y torciendo lo que hoy estamos viendo aquí (Salazar Mendiguchía, 29 de noviembre de 2006).

Hasta el final de su mandato el gobernador confrontó a la prensa, sobre todo a *Cuarto Poder*, por la descalificación permanente a su administración. Su legado como gobernante, en infraestructura y logros oficiales, está a la vista; su relación con los medios fue polémica.



TRES

JUAN SABINES GUERRERO, NUEVOS
FORMAS DE CONTROL A LA PRENSA



A Juan José Sabines Guerrero le tocó gobernar Chiapas en un periodo en que el contrapeso principal de los gobernadores, en el nivel nacional, se había diluido. Tradicionalmente, los presidentes de la república, emergidos del PRI, habían limitado el poder de los mandatarios locales: “Si los gobernadores abusaban de su poder, el presidente tenía los instrumentos para disciplinarlos” (Zuckerman, 1 de agosto de 2011). La autoridad presidencial era reconocida y respetada.

El primer signo de que los gobernadores habían adquirido un poder propio, delimitado por su territorio, fue cuando el presidente Ernesto Zedillo Ponce de León pidió a Roberto Madrazo su renuncia como mandatario de Tabasco. El gobernador se negó. La desobediencia, en lugar de debilitarlo, lo fortaleció y lo impulsó a disputar la Presidencia de la República por el PRI. Con la llegada de Vicente Fox al gobierno de México, se erosionó la hegemonía como “autoridad centralizadora y la capacidad para tomar decisiones de manera unilateral” (Loaeza, 2010, p. 24). El contrapeso presidencial se vio limitado, sin injerencia determinante en las decisiones de los gobernadores. Fue en ese contexto en que surgieron poderes locales sin límites, “nuevos virreyes”, “señores feudales” o “caciques del siglo XXI”, como dieron en llamarlos diversos analistas, porque controlaban sus territorios como “pequeños principados”:

Administran la educación y la salud públicas; deciden sobre buena parte de las regulaciones que afectan la vida económica; pactan alianzas con las élites del poder nacional sin intermediario federal alguno; manejan sus policías; ordenan casi íntegramente el desarrollo urbano y tripulan las principales fibras del tejido político local (Granados, 1 de octubre de 2011).

Para Carlos Elizondo Mayer, los gobernadores pasaron a manejarlo todo, desde el poder judicial local hasta el instituto electoral de sus entidades (23 de julio de 2013). A esa misma conclusión llegó Macario Schettino: los gobernadores “controlan su congreso local, su instituto de transparencia, su comisión de derechos humanos, controlan todo, como antes lo hacía el presidente a nivel nacional” (en Meza, 21 de noviembre de 2009).

En ese escenario sin contrapesos reales inició el gobierno de Juan Sabines Guerrero y en un contexto todavía más ventajoso, porque el presidente Felipe Calderón Hinojosa había llegado muy cuestionado por su pequeño margen de victoria ante Andrés Manuel López Obrador y requería alianzas que lo fortalecieran. El primer gobernador de oposición que reconoció su victoria fue precisamente el de Chiapas. Con ese gesto recibió el apoyo del centro y la libertad de ejercer su mandato con la aprobación anticipada del presidente.

En una carta pública, difundida el 4 de diciembre de 2011, el exgobernador Pablo Salazar Mendiguchía, habló de ese férreo control:

Como nunca en Chiapas todas las facultades constitucionales y metaconstitucionales, están concentradas en una persona. Una sola voluntad mantiene sometidos a todos los poderes públicos; una sola voluntad controla todos los órdenes del gobierno en su territorio; una sola voluntad gobierna la vida de todos los partidos políticos; una sola voluntad, elige a los líderes de sindicatos y organizaciones sociales y productivas (Salazar Mendiguchía, 4 de diciembre de 2011).

Como parte de ese poder virreinal de los gobernadores, el sexenio de Sabines se caracterizó por practicar una política de la simulación, la impostura y la farsa, manejar un alto presupuesto integrado por aportaciones federales y deuda pública, fomentar la opacidad en detrimento de la transparencia y por eliminar contrapesos locales. En el rubro de transparencia, el Instituto Mexicano para la Competitividad ubicó a Chiapas (1 de junio de 2013) en el penúltimo lugar, con una calificación de 39 en una escala del 1 al 100, debido a que la Auditoría del Congreso del Estado ocultó el manejo de recursos, por su vínculo directo, aunque no expreso, con el mandatario local.

Cuando asumió el cargo de gobernador el 8 de diciembre de 2006, Juan Sabines recibió una deuda de 881 millones de pesos, seis años después la incrementó a 43 mil 200 millones de pesos: “Las tres últimas legislaturas locales (63, 64 y 65) aprobaron año con año montos que paulatinamente fueron aumentando. El Congreso local solapó todos los préstamos del gobernador, supuestamente, para inversión en infraestructura, pagar adeudos, incluso para prestar dinero a empresarios” (*Sin Embargo*, 15 de enero de 2013). El presupuesto, pese haber sido alto, no se empleó para incentivar la competitividad, la eficiencia en la gestión pública, combatir la pobreza o transparentar el manejo de los recursos públicos. Chiapas siguió siendo la entidad más pobre del país, en donde tres de cada cuatro habitantes viven en esa situación.

Sabines debilitó las instituciones y organizaciones que se oponían o cuestionaban a su administración. En la dirección de los partidos políticos impuso a sus colaboradores,

los diputados fueron nombrados por él y las organizaciones sociales recibieron apoyos económicos para evitar que protestaran. Cuando no le fue posible minar los contrapesos de esta manera, recurrió a la represión. Alejandra Soriano Ruiz, quien fue diputada por el PRD en ese sexenio, afirmó que el exgobernador persiguió, incluso ordenó la muerte, “de por lo menos 200 dirigentes sociales y campesinos, militantes de los partidos opositores, sindicalistas y defensores de los derechos humanos” (Apro, 25 de noviembre de 2012). Empresarios, campesinos, políticos, estudiantes y profesores fueron acusados falsamente por delitos que no habían cometido.

Nuevas y viejas relaciones con los medios

Las rípidas relaciones que mantuvo Pablo Salazar con la prensa dieron un vuelco a la llegada de Juan Sabines Guerrero: se abrieron las arcas del erario a los dueños de medios y se recompusieron las relaciones con *Cuarto Poder* y *El Orbe*. La primera acción gubernamental fue sacar de la cárcel a Ángel Mario Ksheratto Flores el 19 de diciembre de 2006, quien había sido detenido mes y medio antes; al día siguiente fue liberado Conrado de la Cruz Morales, accionista de *Cuarto Poder*, después de permanecer más de tres años en el penal de El Amate. Su padre, Conrado de la Cruz Jiménez, no regresó a Chiapas: murió el 15 de enero de 2007 en Miami. A fines de ese mes, funcionarios del gobierno del estado y colaboradores del periódico le rindieron un homenaje póstumo en el Parque de la Libertad, de Tuxtla Gutiérrez, y más tarde colocaron su busto, así como el de Jorge Toledo Coutiño,

quien había sido propietario de *Diario de Chiapas*, y del periodista Roberto Mancilla Herrera, asesinado en 1993.

El gobernador revivió antiguos rituales con la prensa, como reunirse con periodicidad con dueños de medios y columnistas. El primer encuentro fue en diciembre de 2006, apenas unos días después de haber asumido el cargo; el siguiente fue en enero de 2007, y a partir de ahí encontraría motivos para celebrar la existencia de periodistas dóciles a su administración: los 3 de mayo, Día de la Libertad de Prensa; los 7 de junio, Día de la Libertad de Expresión, y los diciembres, días de fiestas y dispendios, que sirvieron para negociar acuerdos de publicidad oficial.

José López Arévalo describió el festejo del 7 de junio de 2007 en la Palapa de Gobierno:

Llegó el gobernador, ratificó su compromiso con el precepto constitucional de la libertad de expresión y abrió el micrófono y... Le comenzó a llover... halagos y más halagos. Y es que en la bendita reunión solo había empresarios de los medios y columnistas. Los reporteros que ahí estaban cubrían la nota, no eran invitados, creo. Como quien dice ahí estaban quienes coartan la libertad de expresión por sus componendas con el poder político y económico (López Arévalo, 9 de junio de 2007).

En esos rituales, el gobernador empezaba el día con una rueda de prensa o entrevista realizada por el conductor de algún noticiario radiofónico o televisivo; un ejercicio de comunicación que era “agotador”, pero en el que los periodistas tenían “la responsabilidad de convertirse en voceros del pueblo para arrancar aquellas respuestas que, por angas o por mangas” se

escapaban “del proceso comunicador”, escribió Ángel Mario Ksheratto (8 de enero de 2008). Este ejercicio, sin embargo, duró apenas dos meses.

Un pendiente en las relaciones con la prensa era derogar las reformas en el Código Penal que criminalizaban los delitos de prensa. A inicios de 2007, Juan Sabines anotó el gol que le puso Pablo Salazar: “No se derogó el artículo, para que el nuevo gobierno lo hiciera y tejiera buenas y nuevas relaciones con la prensa” (Salazar Mendiguchía, entrevista, 15 de julio de 2024). Así, los delitos por difamación fueron despenalizados. Para colocar una vela más al pastel de lo que se pretendía fueran relaciones tersas con la prensa, el gobernador creó la Fiscalía Especializada para el Esclarecimiento de Delitos Contra de Periodistas, que estuvo bajo la dirección Ignacio Soberano Velasco. “Ustedes denuncien; no debe haber en Chiapas, un periodista más agredido u ofendido por ninguna autoridad o particular”, dijo Sabines al informar que habría una instancia para atender a comunicadores violentados (Ksheratto, 7 de enero de 2008).

El gobernador también reeditó los premios de periodismo, llamados Don Ruma, un reconocimiento que había implantado su padre, el gobernador Juan Sabines Gutiérrez, con el propósito de destacar la trayectoria de periodistas, caricaturistas y diferentes colaboradores de los medios de difusión. Asimismo, fundó la Casa Refugio del Periodista en Chiapas, que ofrecería protección a informadores, pero “internacionales”, que fueran “perseguidos por el ejercicio de la libertad de expresión” (Marín, 20 de noviembre de 2011).

Su gobierno apoyó a organizaciones periodísticas; en especial, a la Asociación de Redactores y Reporteros Prensa Chiapas y al Frente de Periodistas de Chiapas, con el patrocinio de “intercambios turísticos-culturales” que consistían en viajes de periodistas chiapanecos a Centroamérica, y de periodistas de esas tierras que venían a recorrer los principales pueblos de la entidad. Financió congresos estatales de periodismo, en donde participaba como orador principal. En junio de ese año se reunieron en Tapachula más de 400 periodistas procedentes de Centroamérica y de varios estados de la República Mexicana en el Primer Congreso Internacional de Periodistas sin Fronteras México-Centroamérica. Días después, del 15 al 17 de agosto de 2008, más de cien periodistas guatemaltecos visitaron Tuxtla Gutiérrez, Chiapa de Corzo, Tonalá y Villaflores en donde disertaron sobre la importancia de la cultura y la trascendencia de la comunicación.

Un boletín oficial, fechado el 9 de junio de 2008, resumió que en el primer año y medio de gobierno había en Chiapas un “respeto irrestricto a la libertad de expresión”, sin que existiera ningún periodista perseguido:

En ese sentido, durante un sondeo, el señor Alejandro Rodríguez señaló que “en Chiapas se viven nuevos tiempos, hoy es indudable el avance en materia de libertad de expresión, en los medios se escucha y se dice lo que antes no se podía ni imaginar”. Y agregó: “Sabines le apuesta al respeto de los derechos humanos, los chiapanecos pueden expresar lo que piensan sin temor a ser perseguidos o encarcelados” (Coordinación de Comunicación Social de Gobierno del Estado de Chiapas, 9 de junio de 2008).

Ante la bonanza económica de los dueños de medios de información, la prensa se uniformó: las primeras planas eran idénticas, publicaban los mismos comunicados y hasta los mismos encabezados. Las columnas periodísticas eran, asimismo, laudatorias hacia el gobernador, quien era elogiado reiteradamente como el más joven que había conducido los destinos de Chiapas. Este paralelismo político llamó la atención del cantante español Joaquín Sabina, quien en un concierto en Tuxtla Gutiérrez el 28 de octubre de 2011, dijo:

Ayer me exigieron dar una conferencia de prensa y la hice de todo corazón. Estuve hablando con los periodistas durante más de una hora y fue una conversación estupenda, lástima que esta mañana cuando me levanté y compré los cuatro periódicos que tuve a la mano, porque yo soy muy adicto a la prensa, vi que los cuatro tenían la misma nota, vi un artículo sin firma, pero igual palabra por palabra en los cuatro, donde decían cosas que yo no había dicho y no decía cosas que yo sí había dicho. ¡Así es que no se fíen ustedes de lo que digan mañana! (en *El periodismo en Chiapas*, 29 de octubre de 2011).

Dos años antes, al presentar el libro *La condición del periodista en Chiapas*, el académico Omar Raúl Martínez, presidente de la Fundación Manuel Buendía, había hablado de la “complacencia muy fuerte de la prensa chiapaneca hacia el poder, un control muy férreo del gobierno hacia los medios, como si se estuviera viviendo la época de los setentas en donde se uniformaban todos los periódicos” (Melgar, 8 de octubre de 2009).

El exgobernador Pablo Salazar Mendiguchía, quien era blanco de los ataques de la prensa, le escribió una carta al en-

tonces mandatario Juan Sabines Guerrero, en donde hablaba, entre otros temas, de la uniformidad de los medios:

Gobernador, no hay libertad de expresión sin libertad de crítica. Es insostenible por absurdo. El gobierno más criticado en los últimos 50 años en Chiapas, fue el mío. Jamás la prensa fue tan libre como entonces. Nunca se habían tomado tantas licencias para ofender e insultar impunemente a ningún gobernante, como ocurrió conmigo. Lo puedes mandar a revisar en cualquier hemeroteca. Hoy, en tu gobierno, sorprende la uniformidad de los titulares de los diarios, la unanimidad de las adulaciones, el apego irreductible al boletín, la competencia por ver quién te glorifica mejor, la lucha por quedar bien contigo denostando a tus adversarios, el silencio respecto de hechos que te puedan incomodar. Hoy, todos aquellos que manifiestan regocijo porque al fin hay un clima de libertades como nunca, no se han atrevido a ejercer su libertad de crítica contigo.

Los que me denunciaron de aplicarles mordaza en mi gobierno, hoy están viviendo su sexenio glorioso, al fin, abozalados por la única y verdadera mordaza que siempre añoraron: el “chayote”. Gracias a él, hoy podemos ver a auténticos analfabetas que pasaron de choferes a columnistas, luciendo hasta seis vehículos en la puerta de su casa, la Hummer, el chofer y mujeres funcionarias incluidos. ¡Que viva la libertad de expresión! (Salazar Mendiguchía, 8 de mayo de 2008).

La política de comunicación de este gobierno fue enmarcar un discurso de logros sin semejanza en la historia de Chiapas. En los comunicados de prensa, que reproducían los periódicos, todo se realizaba por vez primera en “en el devenir histórico” de la entidad: “inversiones sin precedentes”, “abatimiento de la pobreza histórica”, “atención a mujeres sin parangón”. “El gobernador más joven de la historia...”, “El que más hospitales, puentes, caminos empleo, inversión, modernización y

demás logros ha concretado” (López Arévalo, 3 de enero de 2012).

El poeta Luis Daniel Pulido escribió también sobre ese paralelismo de la prensa:

Con Juan Sabines los medios se predispusieron a no tomar distancia, se acomodaron en primera fila y comenzaron —mentiras más, mentiras menos— a fortalecer el concepto de “gremio” dentro de una serie de reflexiones que se resumen en propagandas casi mesiánicas del heredero Sabines. Es así que el periodismo chiapaneco aumenta las utilidades y como ejercicio ni es uno ni lo otro, pues la crítica está exclusivamente relacionada a captar publicidad y prebendas (Pulido, 11 de junio de 2007).

René Delios, autor de la columna Tubo de ensayo, coincidió con este punto de vista: los periodistas buscaban congratularse con el gobernador, en lugar de analizar las aristas del acontecer chiapaneco (10 de junio de 2007). Los halagos hacia el poder se multiplicaron: la Asociación Nacional de Locutores, en el II Congreso Estatal de Periodistas del 10 de marzo de 2008, entregó al gobernador el micrófono de oro; un grupo de periodistas de Comitán, Tapachula, Tuxtla y San Cristóbal propusieron como padrinos del recién creado Club de Periodistas de Chiapas “al matrimonio compuesto por el gobernador del estado Juan Sabines Guerrero y su bella esposa Doña Isabel de Sabines” (*El periodismo en Chiapas*, 3 de octubre de 2008), y la Asociación de Reporteros y Periodistas Prensa Chiapas obsequió la credencial numero uno como miembro activo de esa organización al mandatario chiapaneco.

Si en los comunicados de prensa se exaltaba la juventud del gobernador, su ejercicio en el poder mostrada a una persona prematuramente envejecida, que cuando no le era posible llegar a acuerdos económicos con editores o periodistas, su equipo de comunicación amenazaba, vetaba y censuraba. En un maratón para recolectar víveres a damnificados por inundaciones de la zona norte del estado, Fernando López del Rincón, conductor del programa Primer Impacto de Univisión, mostró su inconformidad por no haber sido mencionado por el gobernador como una de las personas que apoyaban esta causa. Inmediatamente, los técnicos del Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión interrumpieron la transmisión. La señal en vivo regresó media hora después, cuando López del Rincón estaba por concluir.

Amet Samayoa Arce, autor de la columna Tarot Político, denunció que el gobernador presionó para que fuera despedido del periódico *Cuarto Poder*:

La ira del gobernador Juan José Sabines Guerrero encontró desesperada y quebradiza la conducción de *Cuarto Poder*, para someter satisfactoriamente su alevosa condición de acelerar la libertad de Conrado de la Cruz Morales —hijo del dueño de esta empresa, recluso injustamente en el penal El Amate, desde el 2003—, a cambio de mi salida del periódico (Samayoa, 14 de enero de 2007).

El columnista aclaró que el “enfado” del gobernador se debía a que él había simpatizado con la candidatura de José Antonio Aguilar Bodegas al gobierno de Chiapas. Arcadio Acevedo Martínez, autor de la columna Minifaldas, denunció que habían

cesado sus colaboraciones en *Expreso Chiapas*, por órdenes gubernamentales; explicó que desde el inicio de esa administración, su columna era reiteradamente vetada, lo cual no había sucedido en el gobierno de Pablo Salazar y su “egocéntrico apogeo”, en donde jamás un texto fue restaurado, maquillado o mutilado”; por el contrario, en el gobierno de Sabines había libertad absoluta de expresión, escribió, siempre y cuando no fuera contraria a sus intereses: “¿Qué trascendencia puede tener una pequeña voz discordante en medio de la gigantesca unanimidad? No soy Televisa, el periódico en el que trabajo no lo leemos ni los colaboradores” (Acevedo, 2 de octubre de 2007). El periodista Francisco Rodríguez, quien conducía el programa Índice político al instante por Radio Capital, fue sacado del aire por emitir críticas al gobierno. Ante el silencio de los periodistas por estos hechos, Francisco Gómez Maza escribió que era indigno que los comunicadores no se solidarizaran con su compañero de oficio ante estos atropellos (19 de agosto de 2008). Las acciones de control mediático continuaron: Enrique Romero, responsable del noticiario Voz Informativa, y Edilia Contreras, de Sin Censura, les cerraron sus espacios en la radiodifusora 95.5 FM de Palenque por presiones gubernamentales (Romero, 2 de julio de 2009).

El control en medios locales se amplió a algunos periódicos nacionales. La periodista Ángeles Mariscal, quien durante 16 años había trabajado para *La Jornada*, empezó a padecer censura en los textos que transparentaban el ejercicio del poder en Chiapas. Al final, fue despedida.

Algunos intentos de control fracasaron. Un funcionario

de comunicación del gobierno de Chiapas llamó al periódico *Reforma* para “reclamar que dos de sus columnistas habían hablado mal del gobierno, ¡pero en Canal 11!” (Avendaño, 25 de septiembre de 2007). Efectivamente, el 13 de agosto de 2007, Sergio Aguayo y Lorenzo Meyer, articulistas de ese periódico, habían comentado en el programa Primer Plano, que se transmitía por Canal 11, el desacierto de Sabinés de publicar en varios diarios capitalinos un desplegado, cuyo encabezado decía: “De la vista nace el amor”. En el desplegado se informaba de la operación de 300 personas con cataratas, promovida por Margarita Zavala, primera dama del país:

Con el costo de uno de estos desplegados hubieran podido pagar otras 300 operaciones de cataratas; si le sumamos dos o tres páginas, fácil hubieran podido beneficiar al menos a mil personas de escasos recursos. Pero el objetivo, la intención no es ayudar tanto a los pobres, sino cacarear lo que está haciendo el gobierno de Chiapas, aprovechando para ello a los pobres de esa localidad (Aguayo, 13 de agosto de 2007).

El funcionario pensó que el gobierno de Chiapas podía controlar a los colaboradores de los periódicos nacionales, como sucedía con los locales, por mantener convenios de publicidad. El mes previo, en junio de 2007, *Reforma* había facturado dos millones 300 mil pesos a la Coordinación de Comunicación Social y Cinematografía del Estado de Chiapas (factura con folio 758352, del 11 de junio de 2007).

Los periódicos locales, dispuestos a servir a los intereses gubernamentales, daban espacio a textos que criticaran a funcionarios que habían trabajado en el gobierno de Pablo

Salazar. El 19 de febrero de 2007, *Diario de Chiapas* publicó a ocho columnas: “Palacios incita a maestros”. En el cuerpo de la noticia se mencionaba que Alfredo Palacios Espinosa, entonces titular de Coneculta y exsecretario de Educación, organizaba a profesores de la Sección 7 para que protestaran y le “declararan la guerra a Juan Sabines”. Aunque el texto estaba firmado por Jatziri Caba Córdova, ella no lo había escrito. Pese a que exigió a su medio que aclarara esta situación, no recibió respuesta, por lo que renunció a *Diario de Chiapas*, en donde ganaba cinco mil pesos mensuales. Los abusos a los periodistas, escribió Isaín Mandujano sobre este hecho, no solo surgían “de parte del poder, de los cuerpos policiacos, de los políticos, de los funcionarios, de los hombres del poder económico, político o social”, sino también de las empresas informativas (Mandujano, 20 de febrero de 2007). Mario Francisco Álvarez Cancino formó parte de esa lista de abusos: en diciembre de 2007 fue atropellado cuando cubría una noticia. Su convalecencia fue larga y complicada. En lugar de que el periódico donde laboraba lo apoyara, le solicitó su renuncia. Lo indemnizaron con cuatro mil pesos lo que representó menos de un mes de sueldo, ya que de acuerdo con Conasami la percepción de los reporteros debía ser de cuatro mil 441 pesos.

El paralelismo de la prensa, basado en la rentabilidad económica, se rompe cuando el gobierno concluye o deja de pagar los convenios estipulados. Al final de su gestión, Sabines tuvo problemas en el presupuesto. Se adeudaba a proveedores, constructores y propietarios de medios de difusión. La

Organización Editorial Mexicana, de Mario Vázquez Raña, fue una de las empresas perjudicadas con facturas que no se habían liquidado por varios meses. Para presionar, *El Heraldo de Chiapas* y *Diario del Sur* publicaron a ocho columnas:

Juan Sabines tiene a Chiapas en quiebra

En el cuerpo de la noticia se informaba del incremento de la deuda de gobierno del estado:

En Chiapas, la deuda pública, contraída por el gobernador Juan Sabines Guerrero, es la más alta en toda la historia de la entidad. Actualmente, asciende a 9 mil 978.7 millones de pesos y podría llegar a 15 mil 457.7 millones de pesos, según información de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y del Congreso chiapaneco.

Investigación de Organización Editorial Mexicana revela que Chiapas está prácticamente en quiebra financiera y con una deuda millonaria que tiene que pagar por lo menos en 20 años.

Y es que las finanzas no han sido nada buenas, puesto que el gobernador Juan Sabines Guerrero, recibió la administración estatal con una deuda de 881 millones de pesos y la elevó 11.22 veces más y con el último préstamo que le autorizaron los diputados locales —5 mil 479 mdp—, pretende que sea 18 veces más elevada de lo que la recibió de manos de Pablo Salazar Mendiguchía.

Para saldar la cuenta que contrajo el gobernador Juan Sabines —9 mil 978.7 mdp—, cada chiapaneco, incluso los que viven en la extrema pobreza —son 4 millones 796 580 total de habitantes—, tendrían que pagar 3 mil 222.5 pesos, ya no se diga si la deuda aumenta (20 de diciembre de 2011).

Al día siguiente, el miércoles 21 de diciembre, después de experimentar un día de libertad y transparencia periodística, *El*

Heraldo y Diario del Sur regresaron a sus prácticas habituales de elogio al gobierno de Sabines: “Chiapas, economía fuerte y de resultados: Carlos Jair”, publicaron los dos periódicos a ocho columnas. Las facturas, sin duda, habían sido pagadas.

Previamente, el 4 de diciembre *El Economista* había publicado una nota sobre presuntos nexos del gobierno de Juan Sabines con el narcotráfico. La denuncia “fue bajada al poco rato, aumentando así el morbo, zozobra y sospechosismo” (López Arévalo, 4 de diciembre de 2011). En una de sus últimas columnas, José López Arévalo, quien falleció el 3 de mayo de 2012, escribió que “nunca se había visto un gobierno tan sensible a la crítica. Del tamaño de sus pecados... sus miedos” (21 de diciembre de 2011).

El número de periódicos se incrementó ante la bonanza económica; algunos, como *Chiapas Hoy*, ampliaron sus ediciones a otras ciudades de la entidad. El 25 de abril de 2007, este medio informativo inauguró una edición local en Tapachula. El columnista Francisco Gómez Maza resumió que bajo el amparo de la libertad de prensa que decían tener los periodistas, pulularan publicaciones, “cuando es bien sabido que la corrupción en una sociedad se mide por el número de periódicos y revistas que solo adornan las mesitas de centro de las dependencias del gobierno” (Gómez Maza, 19 de agosto de 2008).

El periódico *Noticias Voz e Imagen de Chiapas* se sumó al ecosistema informativo chiapaneco el 27 de octubre de 2007. Su dueño: Ericel Gómez Nucamendi, un chiapaneco que había incursionado con éxito en el negocio informativo en Oa-

xaca, en donde poseía el diario de mayor circulación: *Noticias Voz e Imagen de Oaxaca*.

Tanto la llegada de *Noticias Voz e Imagen a Chiapas*, como de la OEM, en el sexenio de Pablo Salazar, benefició al gremio periodístico al impulsar otros géneros periodísticos y pagar sueldos por encima de los recomendados por la Comisión Nacional de Salarios Mínimos, que era de cuatro mil 887 pesos.

Con la llegada de *El Herald* en 2003, la situación mejoró, al menos para algunos. En ese año empecé a trabajar ahí con la plaza más baja que era de cinco mil pesos (actualmente hay compañeras que siguen ganando lo mismo). Tenía todas las prestaciones, prima vacacional, aguinaldo... La plaza más alta de reportero estaba en siete mil pesos. Los sueldos se fueron modificando. Salí en 2009 ganando nueve mil pesos. Los sueldos en el *Cuarto Poder* eran similares; en el *Diario de Chiapas*, un poco menos. Se podía vivir del periodismo. Aunque, no todos. Ahora esos sueldos en el mejor de los casos no se han modificado, y en el peor han disminuido (De los Santos, entrevista, 11 de noviembre de 2024).

La mayoría de los periodistas (67 por ciento) contaba con estudios universitarios, y el 70 por ciento ganaba más del salario mínimo profesional. No es que la condición del periodista fuera del todo favorable, pero algunos diarios pagaban montos salariales recomendados por la Conasami, y hasta lo rebasaban.

Las mujeres, que empezaron a ocupar espacio en los medios de difusión desde los ochenta, estaban plenamente integradas al oficio periodístico; sin embargo, el protagonismo siguió siendo de los hombres. Aunque había más mujeres

reporteras (52 por ciento), su participación disminuía en los puestos de mando y como autoras de columnas (Matus et al, 2009). Había un lenguaje sexista que permeaba el discurso público y los medios de difusión, pero emergieron propuestas diferentes, en donde se abogaba y se empezaba a practicar un periodismo con visión de género. La revista *Ni más ni Menos Mujeres*, dirigida por Candelaria Rodríguez Sosa y Susana Solís Esquinca, contribuyó a este debate necesario.

Aunque varios medios empleaban internet para difundir sus noticias, no había un diseño especial para estos contenidos digitales. La versión electrónica era igual que la versión impresa, y todavía no usaban podcast, que comenzaban a popularizarse entre los periódicos nacionales, tampoco tenían hemeroteca virtual, servicio de sindicación de noticias (RSS) o lecturas en PDA, que eran computadoras de bolsillo o agendas electrónicas que desaparecieron poco después ante la popularización de los teléfonos inteligentes.

La política como farsa

En su campaña propagandística, Juan Sabines transmitió la imagen de un gobierno con valores democráticos fincado en la libertad de expresión, los derechos humanos, la concurrencia de partidos de oposición, la existencia de organizaciones no gubernamentales, la rendición de cuentas y la promoción del desarrollo humano. Aceptó, por ejemplo, las recomendaciones de los Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU y los incorporó en la Constitución local. Magdy Martínez Solimán,

coordinador residente en México de la ONU y condecorado con la Medalla Fray Matías de Córdoba, viajaba con frecuencia a Chiapas para acompañar y elogiar al gobernador por sus supuestas acciones de política pública, entre otras, la construcción de las llamadas ciudades rurales sustentables y la producción de biodiesel, que resultaron un fracaso.

En su política de comunicación social imperó también la simulación, como los congresos internacionales de periodistas, donde prevaleció el ánimo celebratorio de su personalidad; la casa del periodista, que no brindó protección a ningún comunicador perseguido, y aunque derogó la llamada *Ley Mordaza*, en sigilo aprobó reformas al artículo 234 del Código Penal del Estado de Chiapas para castigar “el delito contra la dignidad de las personas”, lo que constituía un retroceso. Inauguró bustos, pero de empresarios de la información, no de verdaderos periodistas, a excepción de Roberto Mancilla. En la práctica, el gobierno de Juan Sabines se dedicó a atacar, cuestionar y difamar a los periodistas que intentaron transparentar su gestión.

La Fiscalía Especializada en Delitos contra Periodistas, en lugar de brindar protección, acusó sin pruebas a Isaín Mandujano, uno de los reporteros más críticos del gobierno, de haber agredido a un funcionario estatal. La fiscalía fue un distractor, un asunto cosmético de pretendido respeto a la libertad de expresión, pero que no resolvió las campañas difamatorias y de intimidación, ejercidas por esta administración.

Así como abundaron los periódicos, que sumaron 75, también se multiplicaron las organizaciones de reporteros,

editores y columnistas. Los reporteros de medios electrónicos pertenecían al Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radio y la Televisión (STIRT) de Tuxtla y Tapachula, al Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radiodifusión, Televisión, Similares y Conexos, a la Asociación de Prensa Radio y Televisión de la Costa de Chiapas (Apyrtch) y Asociación Nacional de Locutores.

Los reporteros de prensa y columnistas tenían diferentes opciones para agruparse. La Asociación de Redactores y Reporteros Prensa Chiapas era la más numerosa, pero también funcionaba el Foro de Periodistas Chiapanecos, la Asociación de Periodistas de Comitán, Asociación Nacional de Periodistas de la delegación Chiapas, Asociación de Prensa y Radio de Huixtla, Club de Periodistas de San Cristóbal, Unión de Editores y Reporteros de la Frailesca, Club de Periodistas de México delegaciones Tuxtla y Tapachula, Asociación de Cronistas Deportivos del Estado de Chiapas, Unión de Periodistas Independientes de Comitán, Asociación de Reporteros Policiacos de Chiapas y el Frente de Periodistas de Chiapas. Los columnistas participaban, además, en el Club de Columnistas de Chiapas o en la Asociación de Columnistas de Chiapas (Acochis). Los caricaturistas estaban en la Sociedad Mexicana de Caricaturistas, mientras que la mayoría de los reporteros egresados en comunicación participaba en el Colegio de Comunicadores y Periodistas de Chiapas, cuyo fin era promover la formación profesional.

Los dueños de periódicos revivieron la Asociación de Editores Chiapanecos, que había estado inactiva desde 1996. Ahí

estuvieron congregados Gerardo Antonio Toledo Coutiño, de *Diario de Chiapas*; Iván A. Guzmán Sánchez, de *Carteles*; Antonio Guzmán Leyva, de *Zona Libre*; Ángel Cañas Barabata, de *Voz Maya*; Isidro H. Nucamendi Maza, de *El Labrador de Chiapas*; Gustavo Hernández Laraurri, de *Foro Chiapaneco*; Délmar Román Díaz, de *Ciudad Real*; Leopoldo González Cal y Mayor, de *Ecos del Valle*, y Rodolfo Calvo Fonseca, de *Chiapas Hoy*.

La mayor parte de los periodistas se plegó a los beneficios del poder, a los apoyos económicos y a los convivios. Francisco Gómez Maza llamó a los periodistas vinculados al poder como “paraperiodistas”, por ser “mediocres y triviales” y por su semejanza con los “paramilitares que buscaban destrozarse la vida social” (18 de agosto de 2008).

Las organizaciones de periodistas marcharon al ritmo que les marcó el gobierno. No fueron las únicas. También se vieron entrampadas organizaciones de maestros, arquitectos, ingenieros, campesinos e indígenas. Casi nadie fue capaz de sustraerse a la mano poderosa de Juan Sabines Guerrero.

Control mediático

La relación que estableció Sabines con la prensa fue dual. Por un lado, premió con contratos publicitarios a los empresarios de medios informativos que difundían favorablemente su imagen, pero reprimió y persiguió a quienes no compartían su visión particular, y peculiar, de ejercer el poder. Los gastos en materia de comunicación fueron ascendentes. En 2007, de

acuerdo con el Órgano Superior de Fiscalización del Congreso del Estado, el presupuesto del Instituto de Comunicación Social de Chiapas fue de 34 millones. En 2008 subió a 74.2 millones; en 2010, a 209.5 millones de pesos (Villamil, 1 de mayo de 2013), y en 2012 a 427 millones 403 mil 49 pesos, un recurso “muy superior al que ejercieron por ejemplo: el Instituto Estatal de la Juventud que solo tuvo 5 millones 381 mil 885 pesos; el Instituto Estatal de Protección Civil, el Instituto Estatal de Educación para los Adultos o algunas universidades como la Intercultural, la Politécnica y la Tecnológica de la Selva” (De los Santos, 22 de julio de 2013).

Una encuesta realizada en 2009 por el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM arrojó que los chiapanecos se informaban en un 88.5 por ciento a través de la radio y la televisión; el periódico ocupaba un lugar marginal: solo el 3.1 de los ciudadanos prefería a este medio. Estos datos contrastaban con los resultados a nivel nacional: los ciudadanos preferían la radio y la televisión en menor porcentaje (73 por ciento), y los periódicos tenían una aceptación del 7.5 por ciento.

Es posible que por esta razón, Sabines favoreciera a las televisoras nacionales para proyectar su imagen con contratos publicitarios. Al inicio de su administración, en 2007, el convenio de publicidad con Televisión Azteca fue por un millón 250 mil pesos mensuales para “la difusión de información y anuncios publicitarios a través de la red nacional 7 y 13 para espoteo, pauta nacional, producto integrado, publirreportajes, entrevistas, promoción de obras y acciones de gobierno,

destinos turísticos, actividades culturales y eventos de organismos gubernamentales” (Gobierno del Estado de Chiapas, 7 de mayo de 2007). El trato para Televisa fue superior: dos millones 371 mil 541 pesos con 50 centavos mensuales, de febrero a diciembre de 2007 (Gobierno del Estado de Chiapas, 9 de marzo de 2007). En 2009, Televisión Azteca incrementó el convenio. Miguel Ángel Osio, director de Comunicación Social, Información y Opinión Pública, firmó un contrato por 62 millones de pesos por “tres meses” para publicitar a Sabinos por los canales 7 y 13 (Villamil, 29 de noviembre de 2012). El monto era histórico. Los gobernadores anteriores habían comprado espacios en los medios televisivos para ocasiones especiales: informes de gobierno o visitas de los presidentes de la república a la entidad, pero no a ese precio ni de manera constante. Para el erario significó una fuga de un millón de pesos diarios.

A partir de ese momento, Salinas Pliego encontró en Sabinos un aliado para expandir su presencia y su negocio, que no se concretó solo a la televisión sino que lo amplió al sector deportivo, minero, generación de energía eléctrica eólica y bienes raíces. El dueño de Televisión Azteca, aparte de contratos publicitarios, recibió en 2010 la máxima presea que otorga el Congreso del Estado de Chiapas: la Medalla Fray Matías de Córdova. Su mérito, de acuerdo con el diputado de la LIV Legislatura del Estado, Carlos Alberto Pedrero, fue haber demostrado una política social en la entidad y “por creer firmemente en los beneficios de la transformación económica de México” (Rosiles, 24 de noviembre de 2011). El goberna-

dor completó el reconocimiento: “Ha puesto su corazón en Chiapas y los chiapanecos somos gente agradecida, sabemos agradecer a quien nos ha dado la mano de amigo, sobre todo una empresa socialmente responsable, ésta es la gran alianza que este país necesita” (Rosiles, 24 de noviembre de 2011). El equipo de fútbol Jaguares de Chiapas, que había sido comprado con dinero público por 66 millones de pesos, fue vendido a Grupo Salinas por 25 millones de dólares, sin que se registrara ese ingreso en las cuentas oficiales (*El Informador*, 19 de mayo de 2010). Los pisos 18 y 19 de la Torre Chiapas, construida con fondos públicos, fueron destinados a Banco Azteca, Elektra y TV Azteca de Grupo Salinas.

De estos convenios se beneficiaron también periódicos nacionales. De acuerdo con el memorándum SH/SSPPyE00429, de fecha 13 de julio de 2012, a *La Jornada* se le pagaron 17 millones 400 mil pesos por seis meses de servicios publicitarios. Esa dinámica para controlar a medios nacionales se practicó asimismo con medios locales, solo que con convenios publicitarios más limitados.

En contrapartida, los comunicadores que intentaban transparentar la administración de Juan Sabines no eran invitados a conferencias de prensa o giras políticas. En su momento, Isaín Mandujano, corresponsal de *Proceso*, denunció las dificultades que enfrentaban los periodistas en su trabajo cotidiano:

En una primera etapa de agravios se nos niega información pública, se nos niega la versión oficial cuando ocurren incidentes en la cual debamos constatar todas las visiones de un hecho, nos cierran las

puertas en reuniones o eventos que deberían ser públicos, se nos niegan entrevistas, nos excluyen de conferencias en las que solo aceptan a medios sujetos a la línea impuesta por el gobierno de Chiapas (Mandujano, 26 de junio de 2011).

El mecanismo de control en contra de los periodistas tuvo diferentes niveles. En un primer momento se les incomodó en sus tareas informativas de tal manera que no tuvieron la versión oficial sobre los hechos; por ejemplo, en la comparecencia ante el juez que realizó Pablo Salazar Mendiguchía en 2011, se hostigó a la periodista Ángeles Mariscal, a quien no permitieron grabar, a diferencia de un equipo de televisión del Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión. Esta forma de operar de Gobierno del Estado de Chiapas no era nueva; de acuerdo con el testimonio de Vicente Leñero en *Los periodistas* (1978), Luis Echeverría Álvarez la había practicado para socavar el proyecto de Julio Scherer en Excélsior.

Tuitcalumnias y youtubedifamaciones

En un segundo momento, después del veto a reuniones oficiales, surgieron campañas orquestadas de difamación a través de blogs en contra de periodistas. Amparados en el anonimato que permite internet, aparecieron varias páginas que atacaban a organizaciones y a informadores que publicaban noticias desfavorables al gobernador.

A través de chiapascentral.blogspot.com, realchiapas.blogspot.com y gabtcama.blogspot.com, entre otros sitios, se difundieron mensajes que desacreditaban al Centro de Dere-

chos Humanos Fray Bartolomé de Las Casas (CDHFB) por, presumiblemente, promover la violencia: “el apoyo económico de Europa, en lugar de ser utilizado para beneficio de las comunidades marginadas, se destina para la compra de armamento, sistemas de comunicación y pertrechos militares, para fines bélicos y desestabilizadores” (*Chiapas Central*, 28 de marzo de 2011). En estos blogs también se difamó a las periodistas Sandra de los Santos Chandomí, Ángeles Mariscal y Concepción Avendaño Villafuerte, hija de Amado Avendaño, fundador del periódico *El Tiempo*. Sandra de los Santos, quien dio a conocer modificaciones a la constitución local para que al gobernador se le eximiera de cualquier responsabilidad en el ejercicio fiscal, padeció la persecución gubernamental. Su hermana fue demandada por un funcionario de segundo nivel, el cual, una vez concluida la administración de Sabines, no prosiguió con el juicio.

El trato favorable en estas páginas era, desde luego, para el gobernador Juan Sabines, a quien se le reconocían sus logros, se daban a conocer sus acciones de gobierno y sus reformas legislativas: “Y se atreven a decir que esto es por culpa del gobernador (...) esto es claramente un boicoteo hacia el progreso que ha tenido Chiapas en los últimos años, gracias a las reformas que el Gobierno ha puesto” (*Chiapas Central*, 23 de marzo de 2011). Los elogios se multiplicaban para el mandatario: “no es justo que se esté utilizando a estos depredadores en contra del gobierno de Juan Sabines Guerrero que mantiene un liderazgo sólido y con visión” (*Chiapas Central*, 25 de marzo de 2012). Estos blogs exaltaban a Sabines como

el mejor gobernador de la historia, el mandatario que había ubicado a Tuxtla como una de las ciudades más seguras de México, un hombre visionario y artífice de las ciudades rurales sustentables.

Aparte de periodistas y organizaciones defensoras de derechos humanos, hubo campañas de desprestigio en contra de políticos. El blanco principal fue el senador Manuel Velasco, a quien se le señalaba, a través de llamadas telefónicas, de ser un enemigo de los chiapanecos: “Al alzar el auricular se destapaba una cloaca contra el joven senador y se incitaba a matarlo”, escribió José López Arévalo (21 de diciembre de 2011).

Twitter-X fue otro de los espacios que se emplearon para difundir campañas de difamación en contra de los periodistas.

La primera cuenta que tuvo estos fines fue @donchoma2010, creada el 2 de octubre de 2010, desde donde se acusó a Héctor Bautista Flores, promotor del uso de redes sociales, de ejercer pornografía infantil. También se criticó y difamó a los periodistas Roney Champo Madrigal, Sandra de los Santos Chandomí, Fermín Ledesma Rodríguez, Antony Flores Mérida, Raúl Ríos Trujillo, Augusto Solórzano López y Mariana Pacheco, así como al Centro de Derechos Humanos Fray Bartolomé de Las Casas y a Radio Proletaria, la cual fue cerrada tiempo después.

A esta cuenta se sumaron @rumaldochis (5 de noviembre de 2010-3 de marzo de 2011) y @donrumarecarcad (2-13 de febrero de 2011). Continuaron después con las mismas diatribas a los comunicadores las cuentas: @El_ObservadorV (22 de marzo de 2011-1 de mayo de 2012) y @Sneutron (28 de abril

de 2011-17 de abril de 2012); completó la campaña de ataques a los periodistas, la cuenta @noti_chiapas, la cual surgió el 9 de mayo de 2012. En la cuenta de @Sneutron, un supuesto Arturo Toledo Chong escribía desde Tapachula en contra de los periodistas. En sus tuits descalificaba, denostaba y calumniaba el trabajo que realizaba el CDHFB, los periodistas Isaín Mandujano, Ángeles Mariscal, Sergio Melgar Recinos y José López Arévalo. @El_ObservadorV perseguía el mismo objetivo: denostar a los periodistas y reconocer los avances en materia de libertad de prensa del exgobernador: “Chiapas avanza con pasos firmes: Chiapas ha vivido grandes avances bajo el sexenio del gobernador Juan Sabines” (7 de febrero de 2012). @Noti_Chiapas fue la cuenta con mayor actividad. Era escrita, supuestamente por José E. Zepeda desde San Cristóbal de Las Casas, pero ventilaba asuntos muy privados de Palacio de Gobierno. Aparte de criticar a los enemigos políticos del gobernador, descalificaba a comunicadores.

Otra vía para denostar a los periodistas fue mediante videos que se difundían en Youtube y en correos electrónicos. El estilo siempre fue el mismo: difamar e insultar a los comunicadores que intentaban transparentar la vida pública de Chiapas. Varios videos, por el lenguaje que empleaban, fueron bajados de Youtube, pero el daño estaba hecho: desprestigiar, calumniar e insultar a periodistas. A la par, surgieron cuentas anónimas que criticaban al gobernador Juan Sabines. Las que tuvieron más seguidores fueron @donruma2010, @donruma2011 y @jaimesabines.

Represión, el otro paso

El tercer momento de control a los periodistas inició cuando, después de las campañas de difamación en las redes sociales, se crearon averiguaciones previas en contra de comunicadores chiapanecos. Dos casos ilustran lo vivido en este sexenio en Chiapas: el primero fue la persecución manifiesta en contra del *webmaster* Héctor Bautista. La causa: haber publicado la primera información sobre el crecimiento desmedido de la deuda de Chiapas en Infochiapas, un medio digital dirigido por el periodista y académico Antony Flores.

La nota que provocó el descontento en el gobierno tenía como cabeza: “Deuda pública de Chiapas, la más alta en 16 años”, con el siguiente cuerpo informativo:

El nivel de endeudamiento del estado de Chiapas alcanzó el punto más alto en la historia el año pasado al ubicarse en 9 mil 215 millones de pesos, según datos de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. La evolución de la deuda pública de la administración chiapaneca presenta un alza constante en los últimos cuatro años y este 2010 se colocó como el estado más endeudado de todo el país en proporción a su Producto Interno Bruto (PIB) (Flores, 30 de septiembre de 2010).

El periódico digital se convirtió en uno de los más consultados en la entidad y disputó en fechas subsecuentes el primer lugar en tráfico de usuarios a *Cuarto Poder*, el medio impreso de mayor presencia en Chiapas. La respuesta del gobierno de Juan Sabines no fue aclarar la deuda, sino detener, el 3 de noviembre de 2010, el programador web de Infochiapas, un mes después de haberse publicado la información financiera.

A Héctor Bautista no se le acusó, desde luego, de difamación sino de pornografía infantil. Acusar a presumibles enemigos del régimen de delitos no vinculados con su actividad profesional fue una táctica que se implantó con éxito en Chiapas.

El *webmaster* de Infochiapas era conocido entre los periodistas tuxtlecos porque impartía cursos gratuitos para crear blogs y emplear software libre. Fue detenido sin orden de aprehensión por hombres que vestían de civil en las oficinas de Coneculta Chiapas, en donde se desempeñaba como administrador de la página electrónica de esa dependencia.

La Procuraduría General de Justicia del Estado no informó de la detención, sino hasta que Bautista Flores fue visto por un pariente ocho horas después, cuando lo trasladaban a uno de los separos.

Su familiar explicó que al momento de pretender abordarlo le negaron contacto alguno con él. Entre las escasas palabras que pudo mencionar antes de ser reprendido por los custodios de la PGJE, Bautista Flores alcanzó a decir que había sido detenido por Infochiapas.

Bautista Flores hacía alusión a la contratación que le hizo el periodista independiente Antony Flores Mérida, para prestarle el servicio de *hosting* u hospedaje, para la página de contenidos informativos llamada “Informe Chiapas”, misma que es conocida dentro de los medios de comunicación alternativos como Infochiapas. Esta página se encuentra albergada en www.infochiapas.blogspot.com y <http://www.infochiapas.com> (Chacatorex, 4 de noviembre de 2010).

Su detención provocó protestas de periodistas, twitteros y bloggers, quienes enviaron cartas para manifestar su descontento a la Relatoría para La Libertad de Expresión de las Naciones

Unidas, a la Comisión Nacional de Derechos Humanos, al Centro de Periodismo y Ética Pública, Artículo 19, Reporteros Sin Fronteras y a la Fundación para la Libertad de Expresión, entre otros organismos defensores de derechos humanos.

La información que el gobierno de Juan Sabines había intentado acallar se magnificó, así como las protestas por la detención de Héctor Bautista, en especial, por el acuerdo de los periodistas de manifestarse públicamente durante el informe de gobierno, programado para el 15 de diciembre. Dos días antes, el 13 de diciembre, la Procuraduría General de Justicia del Estado (PGJE) desistió de las acusaciones, por lo que Héctor Bautista Flores quedó en libertad.

Otro caso que hay que recuperar es el de Isaín Mandujano Camacho, quien había sido constantemente difamado a través de las redes sociales, pero en un segundo momento también se le intentó encarcelar. Su implicación judicial tuvo origen en el bar Cabaret el sábado 18 de junio de 2011. Ahí, el conductor de noticias de Canal 10 del Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión, asesor del Instituto de Comunicación Social de Gobierno del Estado y jefe de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Chiapas, Fausto Jacobo Elnecavé Luttman, fue agredido por varias personas.

Durante tres días no hubo mayores comentarios. La noticia circuló en forma de rumor, pero el miércoles a través de cuentas anónimas y progubernamentales de Twitter se empezó a comentar que uno de los culpables de la agresión era el periodista Isaín Mandujano. El viernes 24 de junio, el rumor se convirtió en información oficial. De acuerdo con la averi-

guación previa número 223/CAJ4A/2011, “durante el ataque, los agresores se lanzaron en contra del periodista, al tiempo en que repetían que ‘esto es para que no te metas con los Álvarez Puga... esto también es por Isaín, te vas a arrepentir’”. Y agregaba: “Al respecto, Jacobo Elnecavé declaró ante el Ministerio Público que con Isaín Mandujano ha tenido serias fricciones por el manejo de información y opiniones, donde el citado Isaín se ha mostrado intolerante” (*Diario Judío*, 24 de junio de 2011).

Isaín Mandujano era desde entonces bastante conocido en Chiapas por su participación en las nacientes redes socio-digitales y por desempeñarse como corresponsal de la revista *Proceso*. Había criticado lo mismo a la administración de Pablo Salazar que a la de Juan Sabines. Por sus críticas a este último, y para dañar su prestigio, se le empezó a señalar como un periodista proclive Pablo Salazar, una estrategia empleada por los funcionarios de Comunicación Social para descalificar a los comunicadores profesionales. Jacobo Elnecavé, por el contrario, había trabajado en órganos oficiales (radio y televisión y dirección de comunicación social de Gobierno del Estado). Su labor había sido defender al poder y, en especial, a Juan Sabines.

Al ser acusado de haber organizado el ataque en contra del comunicador oficial, Isaín Mandujano escribió en una carta abierta, en donde aclaró:

Pretenden involucrarme en la citada agresión al comunicador institucional, dejando entrever que podría haber sido el autor intelectual, pues señala la PGJE que quienes lo agredieron actuaron a mi nom-

bre. Esto es lo que yo considero la más burda y nueva acción para amedrentarme al no tener hasta ahora ningún otro elemento para hacer que mi labor sea censurada. Me deslindo de ataque alguno.

Como he conocido y documentado personalmente de cómo en Chiapas se abusa del poder, de la fuerza pública, cómo se doblan los jueces de consigna y cómo se retuercen las leyes en Chiapas, considero que no existen las condiciones para hacer un periodismo donde se garantice mi seguridad y principalmente la de mi familia expuesta a riesgos altos de agresiones (Mandujano, 24 de junio de 2011).

Para solucionar este problema, que estaba cobrando dimensión nacional, el gobernador invitó a una reunión a Isaín Mandujano y a Ángeles Mariscal, quien en ese momento era corresponsal de *La Jornada*. Los periodistas acudieron acompañados de la reportera Sandra de los Santos Chandomí y del presidente de la Casa de los Periodistas de México, Rogelio Hernández. El gobernador, quien estaba acompañado del procurador General de Justicia, Raciél López Salazar, aclaró que el corresponsal de *Proceso* no estaba involucrado al ataque. Al día siguiente, incluso, declaró: “Estoy seguro Isaín no hizo nada de lo que dijo ese reprobable boletín... Si alguien lo creyó son muy brutos...” (López Arévalo, 1 de agosto de 2011).

Los participantes de la reunión publicaron un comunicado conjunto que en sus principales puntos informó:

Ante la situación de riesgo y vulnerabilidad a la que han sido expuestos los periodistas Isaín Mandujano Camacho y Ángeles Mariscal Pioquinto por la emisión y difusión de comunicación oficial que señala al primero como probable responsable de un delito grave, el Consejo Estatal de los Derechos Humanos (CEDH) promovió la realización de una reunión entre los afectados y el gobernador del estado, Juan Sabines Guerrero.

En la reunión los periodistas externaron su total rechazo a la agresión del que fue víctima Fausto Jacobo Elnecavé Luttman, funcionario de la Universidad Autónoma de Chiapas, y conductor de un espacio informativo en el Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión y Cinematografía. Solicitaron el esclarecimiento de los hechos.

Por su parte, el procurador General de Justicia del Estado precisó: “el periodista Isaín Mandujano Camacho no está vinculado a ningún indicio que haga presumir que haya participado en este hecho”.

De igual forma, expusieron los elementos en los que se fundamenta el temor a que se afecte su integridad física y prestigio periodístico (ganado durante más de 16 años de mantener una línea editorial crítica), derivado de la difusión tendenciosa de la averiguación previa 223/CAJ4A/2011.

Al respecto el gobernador Juan Sabines Guerrero expresó pleno respeto a la labor periodística de Isaín Mandujano, Ángeles Mariscal, así como la de todos los periodistas y comunicadores que ejercen en la entidad, y reconoció como indebida la comunicación que derivó en la condición de riesgo y vulnerabilidad de estos periodistas, al tiempo que anunció la separación del cargo del fiscal especializado para la Atención de Delitos Cometidos contra Periodistas, Ignacio Soberano Velasco, responsable de ese acto (*Diario Meridiano*, 30 de junio de 2011).

Días después, el periodista Víctor Carrillo Caloca desmintió la versión de Jacobo Elnecavé, al mostrar un video en donde se veía que el agresor había sido el funcionario y no a la inversa, como este lo había manifestado ante las autoridades:

El supuesto “atentado” al exlocutor oficial Jacobo Elnecavé, sucedido en un centro nocturno de Tuxtla la madrugada del domingo 19 de junio, fue un pleito de bar.

El video de seguridad, al que tuvo acceso *Tinta Fresca*, revela que

el exvocero unachense pega primero y lo hace con alevosía: pateando a un joven.

Nada hay sobre consignas políticas, antisemitas o personales en el encontronazo, como lo asegura el hasta hace poco trabajador del gobierno estatal (Carrillo, 16 de agosto de 2011).

Jacobo Elnecavé dio otras versiones. Sus médicos declararon que estaba grave, con embolia pulmonar, pero de la cual pronto se recuperó. El procurador Raciél López Salazar tuvo que reiterar que Isaín Mandujano no estaba involucrado en esta agresión. Para remediar el desaguisado, despidió al fiscal Especial para la Atención de Delitos contra Periodistas, Ignacio Soberano Velasco, “por mal manejo en la información”.

Colofón

El gobierno de Juan Sabines combinó viejos y nuevos métodos para controlar a periodistas. Los viejos métodos, que tenían una probada eficiencia para controlar a la prensa chiapaneca, consistieron en beneficiar con convenios publicitarios y apoyos diversos a propietarios de periódicos, estaciones de radio, canales de televisión, periodistas y a asociaciones de comunicadores; recurrió también a nuevas formas de presión y violencia en contra de periodistas, basadas en campañas de difamación, que se difundieron a través de correos electrónicos y redes sociales digitales. Para Anthony Flores, este sexenio de entorno hostil se caracterizó “por la judicialización de la libertad de expresión y el control absoluto de los medios de comunicación convencionales” (2019, p. 166).

En ese regreso al pasado, con una administración que fue una fiesta permanente, con reuniones celebratorias con la prensa, en donde se departía con alcohol y se entregaban apoyos económicos en efectivo a los asistentes, fue un intento de simular al gobierno de su padre, pero la historia solo ocurre dos veces, había dicho Marx, la primera como tragedia y la segunda como farsa.

Sabines se empeñó en esa política de la simulación y de la farsa. Las obras, tan publicitadas y festejadas por la prensa, fueron de oropel: el Conejobús, el proyecto fallido de biodiesel, las ciudades rurales o la Torre Chiapas. Si bien eliminó la *Ley Mordaza*, soterradamente envió una iniciativa que modificó el artículo 234 del Código Penal del Estado de Chiapas, con el que se podía demandar a los comunicadores. La Casa Refugio del Periodista y la Fiscalía Especializada para la Atención de Delito Cometidos Contra Periodistas fueron también una farsa; el organismo no había sido creado para proteger a los comunicadores, sino para desviar la atención. Por ese actuar obsequioso hacia el poder, un grupo de periodistas marchó el 13 de mayo de 2008 para solicitar la remoción del fiscal y para denunciar que más de 15 periodistas habían sido violentados, amenazados y hostigados en los 17 meses de la administración sabinista (Gutiérrez, 13 de mayo de 2008). La cifra se incrementaría a lo largo de su mandato.

Aunque intentó controlar todo y a todos, le fue imposible lograrlo. No todos los periodistas estaban dispuestos a recibir dádivas y apoyos subterráneos del gobierno. Un sistema de mediático más complejo, con multiplicación de plataformas

informativas, pluralizaron las voces. No había forma de silenciar a los medios ni a los periodistas en su totalidad, aunque se desplegaran contra ellos campañas de difamación y se instrumentaran mecanismos judiciales de represión.

Al final de su administración, no había dinero suficiente para pagar facturas, ni para suministrar artículos indispensables a las oficinas de gobierno. El Registro Civil del Estado dejó de imprimir actas de nacimiento por falta de formatos. Empezaron a registrarse protestas de empresarios de la construcción y de diversos proveedores. La OEM, de Mario Vázquez Raña, se tornó crítica en dos de sus periódicos, *El Herald* y *Diario del Sur*, en donde publicó sobre el incremento de la deuda de Chiapas. Al día siguiente la OEM rectificó, lo que fue interpretado que las facturas pendientes se habían pagado. El popular espacio de radio infantil, Radio Ombligo, que se transmitía por la radio estatal, también resultó afectado por el déficit presupuestario. En una carta pública, el director de este programa, Raymundo Zenteno Mijangos, denunció que la falta de sueldos era un “acto irresponsable de Sabines” (30 de noviembre de 2012).

La imagen que proyectaba el gobernador en las postrimerías de su mandato era de corrupción, irresponsabilidad por el crecimiento de la deuda e ineficiencia que se manifestaba en la vida pública. El 12 de noviembre de 2012, poco antes de abandonar el cargo, su gobierno organizó un fastuoso homenaje a Salvador Cabañas, el famoso futbolista que había jugado 98 partidos con el equipo de Jaguares de Chiapas. Los asistentes aplaudieron y festejaron las pala-

bras del entonces jugador del América, pero cuando habló el gobernador una sordina de abucheos y silbidos silenciaron su mensaje. Los medios, que empezaban a despertar su vena crítica a su administración, no ocultaron este linchamiento público.

Los periódicos se volvieron más incisivos una vez que dejó el poder: no era ya el gobernador más joven de México y visionario, sino el más corrupto; el que había gestado una deuda que sobrepasaba los 43 mil 200 millones de pesos y que había heredado proyectos fracasados, como el equipamiento de hospitales, la bursatilización de pensiones, fabricación de biodiesel y la creación de ciudades rurales, que según el director del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en Chiapas, Óscar Torrens, eran “un set cinematográfico en donde nadie podía vivir” (Domínguez y León, 5 de marzo de 2013).

Juan Sabinés Guerrero, a diferencia de los demás exgobernadores que se mantuvieron ajenos al barullo de los medios, decidió demandar a *Diario de Chiapas*, por daño moral:

El que fuera gobernador de Chiapas durante el periodo 2006-2012, ignorando lo que significa el término “moralidad” se atrevió a proceder jurídicamente contra quienes le han criticado a él, a su esposa (Isabel Aguilera), así como a su cómplice Mauricio Perkins, quien fungió como su secretario privado, los cuales hicieron y decidieron del presupuesto del Gobierno del Estado como quisieron. Sin embargo; voces documentadas de los propios sabinistas como es el caso de Carlos Castellanos (consejero jurídico), Noé Castañón Ramírez (diputado local), Samuel Toledo (alcalde de Tuxtla Gutiérrez), así como el Diputado local Guillermo Toledo, repudiaron

dicha acción jurídica promovida por la vía civil por parte del ex gobernante de Chiapas y la calificaron incluso, como un atentado contra la libertad de expresión (*Diario de Chiapas*, 31 de enero de 2014).

El encabezado de la noticia era elocuente: “¡El peor gobernador de Chiapas! Juan Sabines Guerrero demanda a este rotativo por supuesto ‘daño moral’”, con un texto que resaltaba el endeudamiento de la entidad en su administración:

El *Diario de Chiapas* manifiesta que, pese a esto continuará con su actitud crítica contra quienes contribuyeron en la quiebra financiera del Estado y mantiene a la vez su postura solidaria con sus valientes colaboradores, dispuestos incluso a presentar pruebas fehacientes sobre sus dichos, exhibiendo así a Juan Sabines Guerrero y sus cómplices.

Cabe aclarar que la deuda de 40 mil millones de pesos que hoy en día mantiene el Estado de Chiapas es real, comparada a los 800 millones de pesos como la recibió la administración de Juan Sabines Guerrero ha sido la del peor saqueo en la historia del Estado, y las pruebas las tiene este rotativo en sus manos, por lo tanto se manifiesta que no hay motivo de que este facineroso “político”, utilice la intimidación (*Diario de Chiapas*, 31 de enero de 2014).

Las expresiones adulatorias, de cuando era gobernador, se transformaron en adjetivos denigrantes. Sabines era un “saqueador”, “facineroso”, “carente de moral”, en síntesis, el “peor gobernador de Chiapas”. Roberto Domínguez Cortés escribió sobre esa metamorfosis: “Durante el sabinato el *Diario de Chiapas* y su dueño Toledo Coutiño fueron cómplices de las atrocidades que Sabines cometió en Chiapas. No solo ocultaron la verdad, sino que enaltecieron la política corrupta

y represora durante los seis años del sabinismo” (9 de febrero de 2014).

En 2008, el exgobernador Pablo Salazar Mendiguchía había prevenido en una carta privada a Sabines sobre las relaciones con los medios de información:

He tratado de entender tu obsesión por quedar bien con la prensa. Te sugiero respetuosamente, que te asomes a la memoria periodística reciente para ver, por ejemplo, cómo tu padre trató a muchos de éstos y cómo lo trataron cuando dejó de ser gobernador; cuánto dinero les dio Robledo, Patrocinio, Albores, y otros, y cómo los trataron cuando dejaron de ser.

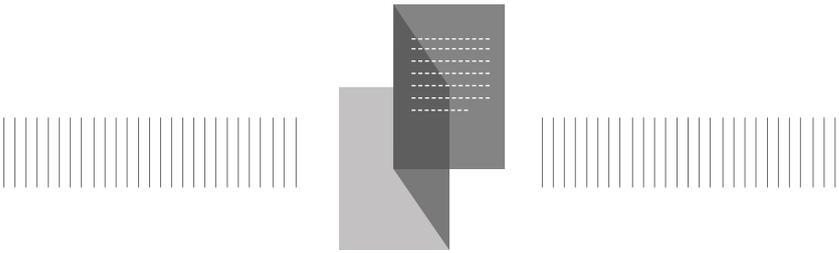
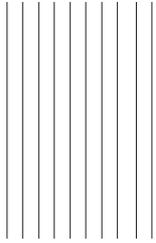
Es cierto, la mayoría de los periodistas locales jamás se venden; se alquilan, pero solo por el tiempo que dure al frente del gobierno, quien les paga.

Un exgobernador decía con gran sabiduría: “no condenemos el pasado solo por el hecho de ser pasado; nosotros, mañana también seremos pasado”. Te puedo asegurar desde hoy, que con la vara que me mides, te van a medir cuando ya no haya paga. La afirmación de que mi gobierno fue autoritario con los medios, y que el tuyo, es promotor de libertades y de la democracia, no resiste la mínima evidencia (Salazar Mendiguchía, 8 de mayo de 2008).

Antes de concluir su administración, Sabines ordenó que se modificara la constitución local para que se le exonerara de cualquier responsabilidad sobre irregularidades en el ejercicio del presupuesto estatal. “La aprobación, en lo general, de la cuenta pública —indica el artículo 2— exime al Ejecutivo de cualquier responsabilidad; de modo que si apareciera alguna con motivo de la revisión y fiscalización, ésta será de la exclusiva responsabilidad de los órganos, entidades o servidores

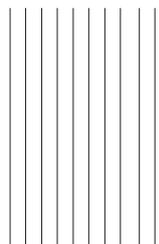
públicos ejecutores del gasto”. De esta manera, y con la complicidad de los diputados, quedó sin aclaración las irregularidades por mil millones de pesos del ejercicio de 2008 a 2011, detectadas por la Secretaría de la Función Pública (*Reforma*, 15 de enero de 2013), así como la fallida bursatilización de pensiones del Isstech por cinco mil millones de pesos, que ha generado daño en las finanzas públicas.

Juan Sabinés Guerrero ha ocupado, con el PRI y con Morena, el puesto de cónsul en Orlando, Florida. Ha estado distante, pero no ajeno a la crítica sobre su persona de periódicos que en su momento fueron instrumentos de complacencia y paralelismo político de su administración.



CUATRO

MANUEL VELASCO COELLO, EN
CAMPAÑA PERMANENTE



Con 21 años cumplidos, la edad mínima requerida por la Constitución para ocupar un cargo legislativo, Manuel Velasco Coello, nieto del exgobernador Manuel Velasco Suárez, se convirtió en diputado por el Congreso del Estado de Chiapas en 2001. A diferencia de su abuelo, quien militó en el PRI, él fue postulado por el Partido Verde Ecologista de México (PVEM), aliado entonces con el PAN. Para alcanzar la curul local no tuvo que desarrollar una campaña electoral, ni ser votado, porque su diputación fue plurinominal. Dos años después, a los 23, obtuvo una diputación federal plurinominal, y a los 26, una senaduría, también plurinominal, con la alianza PRI y Partido Verde. En 2012, con 32 años, fue electo gobernador de Chiapas, postulado por esos mismos partidos.

Su trayectoria política se ha caracterizado por su juventud (el más joven en la legislatura local, federal, en el Senado de la República y en la gubernatura) y por un uso sistemático y permanente de la publicidad. Su campaña publicitaria la completó con recorridos a diversos municipios de Chiapas, “giras de trabajo”, para escuchar, saludar, conocer y tejer una red amplia de partidarios.

El trabajo legislativo de Velasco Coello, tanto como diputado local, federal o senador, fue discreto. No discutió, no polemizó, no fue un orador destacado. Su carrera política se fincó en una campaña publicitaria que no desestimó ningún medio de difusión. Como gobernador no ofreció ruedas de prensa, en donde fuera cuestionado libremente por los periodistas. El presupuesto que dedicó a promover su imagen posiblemente rebasó lo que percibía como diputado o como senador.

Otro elemento importante en su carrera política es su pertenencia a la “familia chiapaneca”, a esa élite que ha estado en el poder por varias generaciones. En su caso, el nombre de su abuelo es bastante conocido, lo que jugó a su favor para abrirse paso entre los políticos y para posicionarse con mayor rapidez entre el electorado. El ambiente de hastío de personajes de viejo cuño también benefició su proyecto personal, además de un escenario en donde no había contrapesos eficaces a los excesos en gastos de campaña.

Si las campañas políticas se desarrollan abrazando, bailando y comiendo con las personas, Velasco Coello tiene esas cualidades de cercanía con los votantes. En las fotos y videos de sus giras, apareció abrazando y saludando a hombres y mujeres, pero lo que hizo con mayor efectividad fue la promoción de su nombre mediante el empleo de la publicidad política en vías públicas.

Esa estrategia que funcionó muy bien en Chiapas para posicionarse como candidato, intentó exportarla a nivel nacional en 2013, con motivo de su primer informe de gobierno, pero provocó la crítica de varios políticos, académicos y activistas. Quedó claro que no era lo mismo publicitarse en su estado, que en otras partes del país. Las críticas detuvieron su campaña y obstaculizaron su proyecto para contender por la Presidencia de la República, aunque en 2023, participó como aspirante presidencial ante Claudia Sheinbaum, Marcelo Ebrard, Gerardo Fernández Noroña, Adán Augusto López y Ricardo Monreal.

Se ha dicho que México y América Latina viven una americanización en la publicidad política (Berlín, 2006; Zovatto,

2007, y Negrine y Papathanassopoulos, 1996), porque la promoción radica más en la personalidad que en las propuestas de los candidatos. Aunque ese rasgo está presente, más que una americanización lo que se vive es una tropicalización de la publicidad política. La personalidad es importante, pero se emplea, aparte de los medios tradicionales, instrumentos elementales y baratos, que en Estados Unidos tienen un uso muy limitado, como pinta de bardas, de puentes y hasta de cerros, ubicados en lugares visibles. El término americanización, como lo ha planteado Aceves (2009), ha sido debatido por varios estudiosos de la comunicación política en América Latina y en Europa. En México, hay adaptaciones de esta ola surgida en Estados Unidos y para el caso de Chiapas, la entidad con mayor pobreza del país (el 76.3 por ciento de los habitantes vive en esas condiciones), se ha tropicalizado mucho más la propuesta norteamericana. Respecto a la publicidad política, como lo han documentado varios autores (Gómez, Ortiz y Molina, 2011; Márquez, 2003, y Screti, 2012), es una técnica que emplea el discurso publicitario. Aunque Ernesto Zedillo fue de los primeros en tomar recursos de la publicidad, Vicente Fox y Felipe Calderón supieron sacarle ventajas, en especial este último con el empleo de campañas negativas. Enrique Peña Nieto, por su parte, desplegó una estrategia de marketing político, con énfasis en spots, programas y menciones en televisión (Villamil, 2009, 2012 y 2015).

Los políticos despliegan gran parte de sus estrategias en los medios, con actos públicos organizados, precisamente para su difusión. El escaparate mediático es fundamental

para su posicionamiento y eventual triunfo en las elecciones. Las campañas mediáticas aparecen con mayor amplitud en los procesos electorales, pero los aspirantes buscan colocar su nombre constantemente, en esas que podríamos llamar campañas políticas, para diferenciarlas de las campañas electorales. No toda la publicidad pasa a través de la radio y de la televisión, debido a que son medios caros y vigilados por los opositores. Por eso, en estados pobres como Chiapas las personas optan por la publicidad política en vías públicas, que es barata y duradera, porque la pinta en una barda o en un puente puede permanecer varios meses o años, y no es necesario que incluya eslóganes, sino que basta con plasmar un nombre.

La carrera política de Velasco Coello se ha fincado en el empleo de la publicidad. Desde su aparición en la escena pública como diputado local por el Partido Verde Ecologista en el 2001, insertó de manera frecuente comunicados y fotografías de sus actos en los periódicos chiapanecos. Después, como diputado federal y senador, aparte de publicitarse en radio, televisión y prensa, desplegó su imagen en espectaculares y bardas. Su popularidad, en los tiempos que este tipo de publicidad funcionaba, creció tanto, que fue imposible para otro contendiente hacerle frente en las elecciones de 2012, la que ganó con casi un millón de votos de diferencia: un millón 343 mil 980 para él y 348 mil 506 para María Elena Orantes, del PRD, su más cercana competidora. En esa campaña electoral, se estima que gastó mil millones de pesos, una cifra que superó más de 20 veces lo permitido por el Instituto de

Elecciones y Participación Ciudadana, que era de 47 millones de pesos (Mandujano, 10 de julio de 2012).

Con motivo de su primer informe de gobierno, presentado en Tuxtla Gutiérrez el 19 de diciembre de 2013, Manuel Velasco desplegó en televisión, en internet, en espectaculares, en bardas y en pendones anuncios sobre los “cuatro ejes” en que se sustentaba su administración y que permitían el “avance de Chiapas”. Para los ciudadanos de esta entidad no fue una novedad: durante 12 años habían visto el nombre y su rostro, en especial en la publicidad en vías públicas; sin embargo, para los habitantes de la Ciudad de México, Estado de México, Puebla, Tlaxcala, Hidalgo y Puebla fue raro que un político foráneo apareciera en sus lugares de circulación habituales.

La campaña política, montada a través de la revista *Cambio* (número 608, 22 al 28 de diciembre de 2013), abarcó estaciones de radio, cines, canales de televisión, espectaculares, vallas, autobuses, periódicos, sitios web y bardas. También fueron pintadas de color verde jardineras, camellones y puentes, siguiendo las prácticas de Fidel Herrera en Veracruz, quien en su mandato tapizó los espacios públicos de rojo, en alusión a sus respectivos partidos políticos.

Previamente, el 8 de octubre de 2013, el mandatario apareció en el programa Hoy de Canal 2, para informar que en Chiapas se empezaría a grabar la telenovela *Quiero amarte*, y aunque no mencionó quién lo patrocinaría, se dio como un hecho que sería financiado por su gobierno, una estrategia denunciada por Jenaro Villamil en su libro *Peña Nieto*:

el gran montaje. Su campaña publicitaria, con motivo de su primer informe de gobierno, también abarcó las revistas *TV Notas* y *Quién*, las dos televisoras más importantes del país, los periódicos *El Universal*, *La Jornada* y *Reforma*, así como el buscador Google.

Debido a la opacidad en los gastos en publicidad política, es difícil determinar la cantidad erogada en la campaña de diciembre de 2013, pero se estima que fue alrededor de diez millones de dólares, unos 119 millones de pesos, en aquel momento (Martínez, 30 de diciembre de 2013). De acuerdo con el periódico *Reforma*, el gasto en publicidad del ejercicio fiscal 2013 fue de 129 millones 434 mil 606.45 pesos, casi cien millones más que el año anterior, el último que gobernó Juan Sabines, cuando la cifra fue de 34 millones de pesos (*Terra*, 19 de diciembre de 2013). Esto contradujo el diagnóstico realizado por el propio gobernador al asumir el cargo cuando afirmó que “Chiapas vivía una situación económica y financiera complicada”, y que por esa razón disminuiría su sueldo y el de los secretarios en un 50 por ciento (Mariscal, 17 de diciembre de 2013).

La opacidad fue una característica de este gobierno. Durante la visita del Papa Francisco en febrero de 2016, por ejemplo, los estados de Chihuahua, Estado de México, Ciudad de México y Michoacán informaron que habían pagado en publicidad de radio y de televisión, espectaculares e inserciones en medios impresos, alrededor de siete millones de pesos. El gobierno de Manuel Velasco, no obstante que colocó espectaculares en la Ciudad de México y en varios municipios de Chiapas, contes-

tó al requerimiento público que después de “realizar una búsqueda minuciosa en archivos documentales y expedientes” no encontró información sobre el gasto en publicidad durante la visita del Papa (*Emeequis*, 18 de mayo de 2016).

La campaña política provocó la crítica de periodistas, académicos, intelectuales, políticos y activistas. Desde la selva de Chiapas, el *subcomandante Marcos*, quien todavía no se había cambiado el nombre por *Galeano*, criticó al gobernador por la campaña publicitaria nacional, “que no por masiva y costosa es menos ridícula... e ilegal”. Concluyó el texto con un párrafo ácido e irónico, propios de sus epístolas:

Si el gran ladrón, Juan Sabines Guerrero, pagó millonadas a los medios para simular gobierno donde solo hubo despojo, el actual el “junior” de la política local paga más porque ha aprendido, del actual titular del Ejecutivo Federal (creo que se llama Enrique Manlio Emilio... ¿no? ¿ya ven lo malo de no tener cuenta en tuitar?), que se puede pasar de una averiguación judicial a una lista de candidatos presidenciales para el 2018, con solo algunas decenas de millones de dólares, un buen Photoshop y una telenovela rosa (*Subcomandante Marcos*, diciembre de 2013).

La estrategia, como indicó el *subcomandante Marcos*, era muy similar a la de Enrique Peña Nieto, quien utilizó diversos medios para armar su campaña a la Presidencia de la República. Lorenzo Meyer, del Colegio de México, y Miguel Pulido, director de Fundar, también criticaron al gobernador: “Ofende y agravia”, dijo el primero, y el segundo, que era una “mala noticia para la rendición de cuentas” (*Sin Embargo*, 23 de diciembre de 2013). Javier Corral, entonces senador por el PAN,

se sumó a las críticas. Dijo que era un “escupitajo a la cara” del “más imberbe de los noveles gobernadores del país” al colocar “la profusa publicidad de su rostro en autobuses, carteras, puestos de periódicos, paradores, módulos de taxis, bardas, revistas, anuncios de radio y televisión”. Señaló que no irritaba solo la violación legal, “mediante la simulación informativa y la impunidad en la que se cobija; lo que agrede esencialmente es el dispendio, calculado en 10 millones de dólares, en contraste con la pobreza que vive el estado que dice gobernar” (Corral, 5 de enero de 2014). Hoy, ambos personajes, se han encontrado en la Cuarta Transformación. El activista Jesús Robles Maloof, quien ahora simpatiza con Morena, argumentó que “gastar diez millones de pesos en propaganda política es, cuando menos, grosero, sobre todo en un país como México, donde al menos la mitad de la población vive en pobreza, y aún más grave, utilizando el presupuesto en un estado como Chiapas, cuyo índice de marginación se ubica entre los más altos del país” (Robles Maloof, 23 de diciembre de 2013). Propuso denunciar al gobernador ante el IFE por violar el párrafo 5 del artículo 236 de la constitución y el 228 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. El PAN, sin embargo, se adelantó con esa demanda ante el Instituto Federal Electoral, que en 2014 se convertiría en INE.

Al ver la reacción de los políticos y los ciudadanos, Velasco Coello replegó su publicidad a Chiapas, en donde los periódicos impresos, estaciones de radio y de televisión siguieron publicitando sus logros y su imagen. En 2014, con

motivo de su segundo informe de gobierno, volvió a colocar espectaculares, bardas y gallardetes con su nombre. Ese año, al visitar Totolapa, una población cercana a San Cristóbal de Las Casas, Andrés Manuel López Obrador denunció que la publicidad gubernamental estaba cada 500 metros de la carretera para llegar a ese lugar. Preguntó: “¿Cuánto se gasta en publicidad el gobernador chiapaneco?”, y él mismo se respondió: “Deben ser millones de pesos, pero ¿qué, la gente va a comer letreros?” (en Vergara, 10 de diciembre de 2014). Después, como presidente, lo hizo parte de su alianza política.

Manuel Velasco siguió manteniendo presencia en los medios y en la publicidad política en vías públicas. En un comparativo de diciembre de 2013 y diciembre de 2016, en los periódicos *El Orbe*, *Cuarto Poder* y *Diario de Chiapas*, los de mayor circulación, se encontró que el gobernador apareció a diario en las primeras planas de este medio, y que en interiores ocupó expresamente una plana de publicidad, aparte de notas diversas sobre sus actividades. La cantidad de publicidad tuvo proporciones similares tanto en 2013 como en 2016.

Aunque en su mandato no ofreció conferencias de prensa, transmitió mensajes grabados en diferentes medios y redes sociodigitales. En algunos cometió traspiés. El 4 de julio de 2016, al referirse al paro magisterial que se registró en Chiapas en contra de la reforma educativa, dijo: “hemos sido tolerantes a excesos criticables”, la cual era una frase muy parecida a la pronunciada por Gustavo Díaz Ordaz el 1 de septiembre de 1968 cuando veladamente amenazó a los estudiantes: “hemos sido tolerables hasta excesos criticables”. Al provocar un alu-

vión de críticas, el gobernador se disculpó en un comunicado fechado el 3 de julio de 2016: “Reconozco que no fue correcto decir que hemos sido pacientes a excesos criticables, pero en ningún momento utilizo esta expresión para amenazar a nadie y mucho menos al magisterio”.

Su estrategia de posicionamiento publicitaria abarcó los espacios que tuvo a su disposición. El Estadio Víctor Manuel Reyna, en donde jugaba el equipo de fútbol Jaguares de Chiapas, fue remodelado y pintado de color verde. Las playeras de los jugadores también fueron cambiadas al verde, con obvia referencia al partido del gobernador, y al millón 300 mil niños de nivel primaria, se les entregó uniformes de color verde con la leyenda Chiapas nos Une, el eslogan de su gobierno.

Fue un gobernador expuesto a los medios especializados en espectáculos y en sociales: su noviazgo, boda y nacimiento de su hijo aparecieron en revistas del corazón. Sus deslices se viralizaron en las redes sociales. Un video de enero de 2015, en donde se observa propinando una cachetada a su secretario privado, se difundió por internet, en donde en unas cuantas horas alcanzó más de tres millones de visualizaciones. En 2016, otros videos suyos fueron tendencia, como la entrega fallida de la bandera nacional a un militar; así como su caída de un caballo, al intentar realizar una cala, en el Campeonato Nacional Charro, celebrado en Tuxtla Gutiérrez.

Su boda con Anahí Puente también atrajo la atención de los medios. Días antes de la ceremonia fueron compartidas fotografías del vestido de la novia, tejido por artesanas chiapanecas y confeccionado por Benito Santos, diseñador de An-

gética Rivera, quien cobraba entre cien mil y 300 mil por pieza. Las críticas, que circularon en las redes, ironizaban sobre la semejanza entre esta boda y la del presidente de México. Quizá por eso, al final, el enlace religioso se realizó a puertas cerradas.

Aun cuando Chiapas está a la cola de acceso a internet en México —10 por ciento (Inegi, 2014)—, gran parte de las críticas en contra del gobernador aparecieron en las redes sociodigitales. Eso indica, que el sector de los chiapanecos que tenían acceso a internet, pertenecientes en su mayoría a la clase media urbana, consumieron y compartieron la información. Debido a la ubicuidad de estas redes, otras voces que no se restringen al límite geográfico de Chiapas, surgieron para analizar, descalificar y hasta demandar mejores acciones en el ejercicio público.

A la denuncia presentada por el PAN y por ciudadanos sin partido, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación respondió tres años más tarde, el 16 de diciembre de 2017, que el gobernador de Chiapas no era “responsable necesariamente de la actividad que, en ejercicio de sus atribuciones”, realizara “el titular del Instituto de Comunicación Social de esta entidad federativa”. Pese haberse acreditado que Velasco Coello había violado el ámbito territorial y temporal, el Tribunal Federal lo exoneró. El único consejero del INE que criticó esta resolución fue Javier Santiago Castillo, para quien “decir que un gobernador no tiene ninguna responsabilidad por la difusión de su imagen es un tanto ingenuo o, tal vez, solapador” (22 de enero de 2017).

Dentro de esta dinámica de promoción permanente de su imagen debe analizarse su relación con los medios de información en Chiapas.

Cobros públicos

En este sexenio se fundaron *Oye Chiapas*, *Ultimátum* y *Portavoz*, que se sumaron a las 86 publicaciones existentes,¹ de las cuales 27 eran de periodicidad diaria y 32 se editaban en Tuxtla Gutiérrez. A excepción de *Cuarto Poder*, *Diario de Chiapas*, *El Orbe* y *El Heraldito*, con un tiraje promedio de cinco mil, los demás no sobrepasaban los mil ejemplares.

Un caso ilustrativo del poder de decisión del gobierno en la línea editorial de los periódicos lo constituye *Oye Chiapas*,

¹Los periódicos que se editaban en Chiapas en 2014 eran: *Águila o Sol y Vértice*, en Arriaga; *Échale un Ojo y Enfoque*, en Cacahoatán; *Ecos del Valle*, en Cintalapa; *Carteles de Comitán*, *Diario C Comitán*, *Diario Independiente de Comitán*, *El Chiapaneco*, *El Fronterizo del Sur*, *Meridiano* y *Noticias a Diario*, en Comitán; *El Informador y Expresión*, en Huixtla; *La Voz de Ocosingo*, en Ocosingo; *Diario de Palenque*, *El Palencano*, *Líderes Políticos* y *Voz Maya*, en Palenque; *Contra Poder*, *El Insurgente*, *El Quintinario*, *La Voz del Norte* y *Zona Norte*, en Pichucalco; *Costeño*, en Pijijiapan; *Acontecer Chiapaneco*, *Ciudad Real Hoy*, *Di...*, *El Dictamen*, *El Imparcial de Chiapas*, *La Foja Coleta*, *Carteles de San Cristóbal*, *La Noticia Chiapaneca*, *Mirada Sur*, *Real Jovel* y *Jovel News*, en San Cristóbal de Las Casas; *Diario del Sur*, *El Orbe*, *El Sol del Soconusco*, *Gráfico Sur*, *Interdiario*, *La Opinión de la Frontera*, *La Tarde de Hoy*, *Noticias de Chiapas* y *Zona Libre*, en Tapachula; *Equilibrio*, *Expresión*, *Realidad*, *Récord*, *Semanario Enfoque*, *Tonalá Hoy* y *Voz de la Costa*, en Tonalá; *Chiapas Hoy*, *Código Sur*, *Contra Poder en Chiapas*, *Cuarto Poder*, *Diálogos en el Sur*, *Diario de Chiapas*, *El Heraldito de Chiapas*, *El Popular*, *El Rebelde del Sureste*, *El Siete de Chiapas*, *El Sol de Chiapas*, *Enfoque Chiapas*, *Entorno de Chiapas*, *Entre Empresarios*; *Es! Diario Popular*, *Expreso Chiapas*, *Imagen Política de Chiapas*, *Inn Magazine*, *La Voz del Sureste*, *Los Columnistas*, *Noticias Voz e Imagen de Chiapas*, *Péndice de Chiapas*, *Perfil del Sureste*, *Políticos en Línea*, *Reporte Chiapas*, *Revista Poder*, *Rostros de Chiapas*, *San Lunes*, *Síntesis Chiapas*, *Sur 21*, *Sureste de Chiapas* y *Tinta Fresca*, en Tuxtla Gutiérrez; *El Fraylescano* y *El Papelote*, en Villaflores.

perteneciente al Grupo Editorial Sánchez de los hermanos Sánchez García, originarios de Ocozacoautla, pero afincados en Veracruz en donde editan el *Heraldo de Coatzacoalcos*, *Heraldo de Xalapa*, *Heraldo de Veracruz*, *Diario Martinense*, *Diario de Poza Rica*, *Diario de Tuxpan* y *Diario de Tantoyuca*.

A mediados de 2014, los hermanos Sánchez decidieron establecerse en Chiapas. Sabedores que para subsistir en el mercado informativo era necesario contar con publicidad gubernamental, encargaron a Francisco Javier Sánchez Macías, gerente de Grupo Editorial Sánchez para que se entrevistara con el director del Instituto de Comunicación Social del Estado y conociera la opinión del gobernador sobre el proyecto y nombre del periódico. En consenso familiar pensaron en bautizar al periódico como *El Chamula*. El funcionario, después de consultar con Manuel Velasco, le dijo que no le había gustado el nombre:

“Cámbialo porque si no, no podremos contratarte inserciones o darte un convenio como a todos los periódicos de aquí”; salí triste de su oficina y me trasladé a la ciudad de Veracruz para informarles a los hermanos Sánchez Macías lo que había platicado con José Luis y ellos me dijeron: “no hay problema, se llamará *Oye Chiapas* para que el director de Comunicación Social del Estado, José Luis Sánchez García ya pueda darle solución del nombre a su gobernador”, y así se hizo. Regresé a Tuxtla y me entrevisté con él nuevamente, le enseñé el nuevo nombre de *Oye Chiapas*, me contestó acompañado de una sonrisa: “Ya con eso queda solucionado el capricho de mi góber el Güero y ya está adentro con un millón de pesos más IVA”, y me comentó: “aquí conmigo el 30 por ciento por debajo de mi escritorio cada mes tu facturación que hoy te autorizo” (Sánchez García, 10 de febrero de 2016).

Esta declaración, que se publicó como inserción pagada en el periódico *Reforma* el 10 de febrero de 2016, muestra la dependencia de los empresarios de la información, quienes debían consultar con los funcionarios incluso el nombre del periódico. No era necesario realizar un estudio de opinión para conocer las necesidades de información de los lectores, tampoco el nombre que, desde el punto de vista mercadológico, tuviera mayor viabilidad. Lo importante era contar con la aprobación del gobernador, porque conllevaba convenios publicitarios y apoyos económicos.

No era algo nuevo lo que había pasado con el malogrado *El Chamula*. En 1974, Rafael Revueltas Marín, quien se desempeñaba como jefe de información del periódico *El Sol de Chiapas*, decidió crear su propio periódico. Consultó entonces al gobernador Manuel Velasco Suárez sobre el nombre que debía llevar el diario. El médico, siempre ocupado, le contestó: “¡Ponle el nombre del periódico de *Supermán!*”, y se “olvidó del asunto, pero Revueltas no, quien al cabo de unos días descubrió en los comics el *Daily Planet*, de Clark Kent, y así bautizó a su diario: *El Planeta*” (Martínez, 2006, p. 106). Si un gobernador podía vetar o sugerir el nombre de un periódico, podía establecer también la línea editorial de las publicaciones. Sus actividades, por esta dependencia económica, ocupaban y ocupan reiteradamente las ocho columnas.

En los años ochenta, con la existencia de 33 periódicos en la capital del estado, no había medio que disintiera de la versión del mandatario local. Todos los periódicos estaban cortados con la misma tijera gubernamental. Por eso, cuando

Valdemar Antonio Rojas López le sugirió a Juan Sabines Gutiérrez que con la maquinaria alemana —que constaba de rotativa, impresoras *offset*, dobladoras, encuadernadoras y cortadoras— publicara un buen periódico oficial, el gobernador contestó: “¿Para qué? Si todos los periódicos son oficiales” (Martínez, 2006, p. 175).

En estricto sentido los periódicos no eran oficiales, sino voceros de las declaraciones de los gobernadores y de los funcionarios de primer nivel. Fuera de este círculo de allegados al mandatario, los periódicos se han permitido criticar a los servidores que juegan un papel secundario, a menos que otorguen publicidad. Si bien el convenio publicitario mayor es con Comunicación Social del Gobierno del Estado de Chiapas, los periódicos obtienen apoyos económicos de otras dependencias, tanto estatales como federales, así como de presidencias municipales, órganos autónomos, Congreso del Estado y partidos políticos.

A inicios de 2016, varios periodistas exigieron públicamente al gobierno de Chiapas el pago de facturas. La primera protesta se registró el 2 de febrero de 2016, cuando Juan de Dios García Davish se declaró en huelga de hambre frente a Palacio de Gobierno. El motivo: Comunicación Social le adeudaba 300 mil pesos de un convenio publicitario:

Creo sin temor a equivocarme a que el 97 o 98 por ciento de los medios de comunicación no se les ha pagado. Eso sí, Manuel Velasco está gastando muchos recursos en su partido y no está cubriendo lo que se tiene que pagar; no solo es una problemática con medios de comunicación si no también con empresarios y diversos prestadores de servicios (*Mural Chiapas*, 2 de febrero de 2016).

La huelga de hambre del periodista tardó cuatro horas porque se le liquidó el adeudo con rapidez; en cambio, integrantes Frente de Editores de Medios de Comunicación de Chiapas (Fremech) que se sumaron a la protesta, no tuvieron igual suerte. Los periodistas Manuel Estrada, Jesús Elvira Hernández, Martín Méndez, Miguel Zebadúa Palacios, Alfredo Guillén Hernández, Marco Antonio Peña Cruz y José Antonio Popomeyá Martínez continuaron una semana más frente a Palacio, pero solo recibieron pagos parciales. Los adeudos, según señalaron, eran dispares. A algunos se les debía 50 mil, mientras que a otros cien mil. Es difícil conocer los montos reales, porque los convenios publicitarios son opacos; solo una parte es pública, ya que la mayoría se entrega en secrecía y se paga con dinero en efectivo.

Enrique Peña Nieto había prometido en campaña crear un organismo ciudadano que regulara la publicidad oficial. Una vez que asumió la presidencia se olvidó de la promesa. Lo rentable, para los gobiernos federal, estatal y municipal, era otorgar la publicidad para crear lealtades, aunque tuvieran marcada la fecha de caducidad de los propios contratos.

Los convenios publicitarios, según argumentaban los periodistas, eran orales, lo que era una vieja práctica en las relaciones del Estado con los propietarios de medios, columnistas y reporteros. Esos acuerdos orales han eximido de cualquier responsabilidad a los funcionarios de Comunicación Social, quienes han tenido la facultad de rechazar facturas, incluso, como lo denunciaban los integrantes del Fremech, de cobrar comisiones del 30 por ciento.

Francisco Javier Sánchez Macías, gerente de *Oye Chiapas*, también reclamó públicamente el pago de facturas, dos de las cuales, por un monto de 934 mil pesos, correspondían a 2014. Ante esta falta de pagos y la amenaza de cierre del periódico, decía el empresario, se dejaba en el desempleo a “90 familias chiapanecas que laboran en este medio de comunicación”, y lamentaba que esto sucediera porque “una de las misiones que como empresa tenemos es precisamente la creación de empleos” (Sánchez Macías, 10 de febrero de 2016). Al empresario le faltó decir que los empleos se generaban con los recursos del presupuesto estatal. También, *Expreso de Chiapas*, *Es! Diario Popular* y *El Sol de Chiapas*, de Tuxtla Gutiérrez, y *Ciudad Real*, de San Cristóbal, se sumaron a la exigencia de pagos publicitarios. Fue la primera vez que empresarios y periodistas reclamaron públicamente impagos del gobierno. Lo habían hecho algunas organizaciones gremiales para protestar por la inseguridad y demanda de mejores condiciones laborales, pero no por el cumplimiento de contratos publicitarios.

La falta de recursos económicos del gobierno afectaba también a proveedores de medicinas, a constructores y a servidores públicos con plazas de confianza. A las periodistas Irma Ramírez y Mary José Díaz Flores se les adeudaba un año de pagos mensuales por la realización del programa Plataforma plural en el Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía. En una carta dirigida al gobernador, que publicaron el 3 de mayo de 2016, Día Internacional de la Libertad de Prensa, denunciaron no solo el adeudo, sino obstáculos para ejercer su libre ejercicio periodístico:

Primeramente, se nos suspendió durante una semana, derivado, tenemos entendido, de los comentarios vertidos en torno al conflicto magisterial, tema que, asumimos, es de interés de toda la sociedad. Una vez que regresamos a ocupar el mismo espacio, nos cambiaron, sin previo aviso, de horario, lo que intentamos sin éxito revertir o por lo menos, conseguir una prórroga para efectos de anunciar a nuestra amplia audiencia. La respuesta fue contundente: estábamos despedidas (Díaz y Ramírez, 3 de mayo de 2016).

Mientras que a periodistas y a empresarios chiapanecos se les retrasaba las liquidaciones económicas, a Televisa y a Televisión Azteca se le pagaba con regularidad los contratos publicitarios, y hasta en efectivo. Televisa poseía en Estados Unidos una cuenta secreta, publicó a principios de 2016 *The Wall Street Journal*, en donde recibía en efectivo aportaciones de partidos políticos, del gobierno federal y de los gobiernos de Chiapas, Estado de México, Puebla, Veracruz, Nuevo León y Chihuahua a cambio de publicidad encubierta, tanto en sus canales televisivos, como en portales y en revistas del grupo (Villamil, 8 de mayo de 2016). El reportaje de *The Wall Street Journal*, que fue retomado por la revista *Proceso*, no hizo más que confirmar el secreto a voces de los convenios sobre coberturas especiales de Televisa con el gobierno de Manuel Velasco, las cuales habían iniciado en la administración de Juan Sabines Guerrero.

Portales informativos

Si bien la iniciativa de crear un portal informativo fue de un medio nativo digital —*Soconusco News*, fundado el 24 de agos-

to del 2000, por Emilio Gregorio Luis Cerdio y Juan Carlos Fuentes Ramón—, las siguientes plataformas correspondieron a periódicos migrantes digitales. *El Orbe* inauguró su sitio el 21 de noviembre del 2000; *Cuarto Poder*, el 28 de mayo de 2001; *Este Sur*, el 15 de junio de 2001; la Agencia de Sistemas Informativos de Chiapas (Asich) y *Diario de Chiapas*, en 2003; *La Voz del Sureste* en 2004; *Diario del Sur*, en 2005, y *Contra Poder* y *El Heraldito de Chiapas*, en 2006. En estos años, que abarcaron prácticamente el sexenio de Pablo Salazar, los periódicos más importantes crearon sitios de internet. También surgieron los primeros proyectos de periodismo nativo digital, como los representados por *Soconusco News*, *Cintalapanecos* y *Huixtla.Web*.

En el sexenio de Juan Sabines los periodistas descubrieron los blogs, los correos electrónicos y el uso de Youtube, Twitter y Facebook. En tanto, los periódicos tradicionales siguieron instalándose en el ciberespacio: *Ecos del Valle*, *Tinta Fresca*, *El Fronterizo del Sur*, *El Sol de Chiapas*, *Expreso Chiapas*, *Chiapas Hoy*, *Imparcial de Chiapas*, *Es! Diario*, *Carteles de Comitán*, *Noticias de Chiapas*, *Diario de Comitán*, *Perfil Fronterizo*, *Código Sur*, *Zona Libre*, *El 7 de Chiapas*, *Mirada Sur*, *Péndulo de Chiapas*, *La Foja Coleta* y *Diario C* de Comitán. Hubo, por supuesto, medios nativos digitales, como *El Diario Ya*, *Infochiapas*, *Todo Chiapas*, *Chiapas Informativo* y *Chiapas en la Mira*, de los cuales sobreviven estos dos últimos.

El sexenio de Velasco Coello se caracterizó por la territorialización del ciberespacio con plataformas informativas. Los periodistas empezaron a abandonar los blogs y hasta las

salas de redacción de sus periódicos para a crear publicaciones electrónicas. En 2013, aparecieron *En Tiempo Real*, *Chiapas sin Censura*, *Reporte Ciudadano*, *Chiapas Independiente*, *Chiapas Paralelo*, *Ronda Política*, *Chiapas en Contacto*, *Agencia Intermedios*, *Alerta Chiapas*, *La Vía Libre*, *Expresión Noticias*, *Monitor Sur*, *3 Minutos Informa* y *Mirame Vos*. En 2014, *Mural Chiapas*, *Aquí Noticias*, *Epicentro Noticias* y *Tiempo y Forma*; en 2015, *Revista Enheduana* y *Acontecer Chiapaneco*; en 2016, *Chiapas en la Mira* y en 2017, *Sucesos Chiapas* y *Primera Edición*.

Fueron los tiempos de la gestación de portales informativos. Proyectos, en su mayoría individuales, pero también de tres o cuatro periodistas. Se requerían pocos recursos materiales para lograrlo: una computadora y un diseño elemental de la página web. Lo complicado era alimentar el portal de manera constante, conseguir lectores y anunciantes. Una labor agotadora. Atraer a los lectores era una tarea adicional; había que buscarlos en las redes sociodigitales, en donde se debían publicar diversos contenidos que sirvieran de gancho para reedireccionarlos a las páginas. *Alerta Chiapas*, por ejemplo, empezó a tener presencia en Facebook, Instagram, Spotify, Telegram, Tiktok, Tumblr, Twitch, Vimeo y Youtube. Los textos de nota roja eran los que más lectores atraían, mientras que los de cultura y política conseguían pocos lectores. En la edición del 1 de octubre de 2014 de *Cuarto Poder*, por ejemplo, se detectó, con el propio índice de lectura del periódico, que las noticias relacionadas con accidentes eran las más consultadas. “Y volvieron a chocar”, de la sección policiaca Reporte

4, presentó 1049 accesos, seguido por “Detenido por intentar agredir a su esposa”, con 601. La sección menos leída fue cultura: “Evoluciona la tradición literaria de Chiapas” registró 32 accesos, y “Seis poetas argentinas evocadas a través de sus obras”, 42 visitas.

Los periódicos tradicionales, que habían empezado a gestionar sus propios portales informativos desde el 2000, tenían mayores relaciones en el mundo político para captar publicidad oficial, por lo que resultaron los más beneficiados en los convenios publicitarios. También porque los políticos pertenecían a la cultura del papel, a la industria pesada de la información, con gustos lectores más en consonancia con el periódico impreso.

Esa industria pesada, sin embargo, es lenta e incapaz, como sucedía en el siglo XX, de silenciar los temas problemáticos para el gobierno, una ventaja de la que sí goza la industria ligera de la información, cuyo eje son los portales informativos y las redes sociales. La abundancia de portales es un problema y una ventaja. Es un problema porque se está ante tal cantidad de oferta periodística que el lector debe abrir un centenar de ventanas para mantenerse informado de los acontecimientos locales, pero también es una ventaja porque es imposible para el gobierno controlar a tantas islas informativas. Una noticia disruptiva o de interés puede propagarse con facilidad en Whatsapp, Facebook o Twitter, que en estos años comenzaron a popularizarse.

Esos espacios que abren las redes sociales para la difusión de información han inaugurado otras formas de financia-

miento para las publicaciones digitales. Las convencionales deben aceptar los requerimientos del gobierno, mientras que las digitales pueden satisfacer las demandas de sus audiencias, monetizar sus contenidos y contar con organismos fondeadores de proyectos informativos.

Los fundadores de *Chiapas Paralelo*, creado en 2013, tuvieron muy claro que no podían contar con publicidad oficial por los compromisos que provocaban:

Acceptar publicidad oficial, que es al fin de cuentas presupuesto público, no debería generar ningún conflicto, si no se buscara moldear la línea editorial de las publicaciones. Por eso no hemos aceptado publicidad oficial, porque los gobernantes la otorgan como si el dinero fuera de su propiedad. No admiten que el presupuesto es público, propiedad de todos, y que en ese sentido ellos no deben otorgar la publicidad como un favor especial, sino como un servicio para mantener informada a la sociedad a través de los medios más idóneos (Mariscal, entrevista, 5 de julio de 2018).

El punto de vista de Ángeles Mariscal, fundadora de *Chiapas Paralelo*, sobre la publicidad oficial es coincidente con la Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión, emitida por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos:

La utilización del poder del Estado y los recursos de la hacienda pública; la concesión de prebendas arancelarias; la asignación arbitraria y discriminatoria de publicidad oficial y créditos oficiales; el otorgamiento de frecuencias de radio y televisión, entre otros, con el objetivo de presionar y castigar o premiar y privilegiar a los comunicadores sociales y a los medios de comunicación en función de sus líneas informativas, atenta contra la libertad de expresión y deben estar expresamente prohibidos por la ley. Los medios de

comunicación social tienen derecho a realizar su labor en forma independiente. Presiones directas o indirectas dirigidas a silenciar la labor informativa de los comunicadores sociales son incompatibles con la libertad de expresión (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2000, principio 13).

Al no establecer convenios publicitarios con el gobierno estatal, *Chiapas Paralelo* buscó otras vías de financiamiento, como anuncios de Google AdSense y apoyos de fundaciones que, si bien no les reditúa ganancias, les permite ejercer el periodismo sin presiones gubernamentales. En 2018 recibieron apoyos mensuales de Open Society, que además aloja al portal en sus servidores.

Estas nuevas formas de financiación eran impensables antes de la existencia de internet en Chiapas. El único anunciante era el gobierno del estado y para sobrevivir y consolidar una empresa informativa era imprescindible convertirse en medios propagadores de la política oficial y dedicarse a ocultar información inconveniente para los políticos en turno. Los empresarios, sabedores que los periódicos tenían una penetración muy escasa entre la sociedad, rara vez se anunciaban. Las nuevas vías de financiación que han abierto Google AdSense y Meta Journalism han incentivado la aparición de medios más profesionales e independientes al aparato gubernamental.

Estos ingresos todavía no son óptimos como para pensar en un crecimiento sostenido de los portales informativos, pero permiten que un medio se mantenga y que posiblemente se consolide. Lo que hemos visto en Chiapas es que estos medios, con agendas más ciudadanas, con coberturas sobre migrantes y de género, ponen

sobre la mesa otro tipo de contenidos. No se trata solo de criticar al gobernante y a la clase política, sino de reflexionar en torno a la construcción de ciudadanía, que es lo más importante. Cuando la publicidad oficial se otorgue para este fin, y no para cuidar la imagen de los funcionarios, seguramente estaremos impulsando el surgimiento de un nuevo tipo de sociedad (Mariscal, entrevista, 5 de julio de 2018).

La política de comunicación social del gobierno ha sido la misma desde los años ochenta del siglo pasado: acordar convenios publicitarios, pero el alto número de portales y la heterogeneidad de los periodistas empezó a dificultar el acallamiento de todas las voces. Al gobierno le era más complicado controlar portales, tuiteros y facebookeros que cuando existían 12 diarios en Tuxtla, todos subvencionados, con tirajes reducidos y contenidos uniformados.

Además, internet permitió acercar y acceder a los medios editados en la Ciudad de México, los llamados periódicos nacionales, muchos de los cuales abrieron espacios a la información generada por sus corresponsales en Chiapas, que no siempre estaban alineadas a los intereses oficiales.

Pese al uso cada vez mayor de plataformas informativas y de redes sociales digitales, en algunas ocasiones los políticos aplicaron viejos métodos para obstaculizar la distribución de ejemplares de periódicos. En la campaña electoral de 2015, Fernando Castellanos Cal y Mayor, candidato a la presidencia de Tuxtla Gutiérrez del Partido Verde Ecologista de México, del PRI, Panal y Chiapas Unidos, acudió a la Fiscalía estatal para interponer una demanda por corrupción en contra del expresidente Yassir Vázquez.

La noticia, que circuló con profusión en las redes sociales, había presumiblemente enojado al exgobernador Juan Sabines Guerrero, recién nombrado cónsul en Orlando, Florida, y al propio gobernador Manuel Velasco Coello. Por esa razón, el equipo de campaña de Fernando Castellanos decidió detener la distribución de los periódicos que habían publicado la noticia. La madrugada del 9 de julio de 2015, el Sindicato Único de Voceadores de Tuxtla Gutiérrez instruyó a sus agremiados que no debían distribuir los periódicos *Cuarto Poder*, *Diario de Chiapas* y *El Heraldito*. Los voceadores acataron la orden. Al día siguiente, el periódico *Cuarto Poder* exigió a las autoridades investigar y castigar a las personas que habían obstaculizado la distribución de sus ejemplares. No hubo respuesta.

Si el decomiso de ejemplares de periódicos había funcionado en algunas ocasiones para ocultar noticias que transparentaban la actividad gubernamental, no era posible silenciarlas si trascendían a las plataformas informativas. El nuevo ecosistema informativo mostró la ineficacia de viejas prácticas de decomiso de periódicos, pero también golpeó la circulación, con tirajes más reducidos y acotamiento de los días de publicación. Los diarios, a excepción de *Cuarto Poder*, dejaron de publicarse los fines de semana.

Si, por un lado, las tecnologías habían limitado la circulación, la periodicidad y el número de páginas de los diarios, por el otro, ampliaron las tareas de los reporteros, a quienes aparte de sus labores habituales de redacción, se les encomendó tomar fotos, videos, producir noticias audiovisuales, podcast y publicar textos en redes sociodigitales. Además, se

les exigió enviar tres adelantos informativos al día para la versión digital, y escribir la noticia ampliada, en su versión impresa y audiovisual. El personal dedicado al periodismo se redujo, y aunque afectó a reporteros, los fotoperiodistas prácticamente desaparecieron de los medios.

Los periódicos, por su parte, adelgazaron su plantilla laboral. A inicios de 2018, doce trabajadores, entre los que se contaba personal de talleres, administrativos, editores, reporteros y fotógrafos, fueron despedidos sin liquidación del periódico *Noticias Voz e Imagen de Chiapas*, propiedad del diputado local de Morena en Oaxaca, Ericel Gómez Nucamendi. Los periodistas Itzel Grajales García, Marco Antonio Alvarado Álvarez y Jacob de Jesús García Maza decidieron reclamar sus derechos ante la Junta de Conciliación y Arbitraje en el Estado de Chiapas.

Medio año después, ante la falta de respuesta de las autoridades, los periodistas protestaron afuera de las oficinas del periódico, y recibieron la solidaridad de más de cien comunicadores mediante una carta pública que demandó la resolución de este litigio laboral de manera transparente e imparcial; asimismo, denunció las condiciones en que desempeñaban su trabajo los reporteros de Chiapas:

La mayor parte de los trabajadores de los medios de comunicación labora en la informalidad y no recibe ni pago justo ni un trato digno. La lista de reporteros y reporteras que han sido o son víctimas del poder que ostentan los propietarios de los medios de comunicación es larga; la mayoría no denuncia por temor a sufrir represalias, o porque son conscientes del poder y las influencias de los empresarios (*Chiapas Paralelo*, 12 de julio de 2018).

En un pronunciamiento público, El Foro de Periodistas Chiapanecos se sumó a la exigencia de la resolución de esta demanda laboral: “Desde que comenzaron los despidos, en enero del presente año, ha transcurrido más de medio año sin que exista avance sustancial sobre el caso” (24 de julio de 2018). Las condiciones para los reporteros habían empeorado. Cuando *Noticias Voz e Imagen de Chiapas* se estableció en Tuxtla Gutiérrez en octubre de 2007 pagó sueldos a su personal por arriba de lo que recomendaba la Comisión Nacional de Salarios Mínimos. Al paso de los años redujo las prestaciones y disminuyó los sueldos.

A Enrique Vázquez Palacios, reportero de larga experiencia que se inició en la nota roja en el *Es! Diario Popular*, le ha resultado complicado ejercer el periodismo en el actual ecosistema noticioso:

Inicié en el periodismo a principios de los ochenta, y como la mayoría, si no es que todos los que nos dedicábamos a informar, no recibía ningún sueldo. El dueño del periódico comenzó a regalarme 20 periódicos para que yo los vendiera y me ayudara. Vendía algunos, no todos, porque había mucha competencia. Se me ocurrió entonces ir al mercado y repartir los periódicos entre las locatarias. A cambio empecé a recibir algo de verdura, algo de carne, algo de queso. Así me las arreglaba. Pero ahora con internet, la gente ya no quiere trueques con periódicos, ¿para qué, si todo lo tiene en un teléfono celular! (entrevista, 13 de julio de 2018).

Aparte de los bajos salarios y pocas prestaciones laborales, los periodistas empezaron a padecer violencia por parte de

grupos delincuenciales. El 21 de septiembre de 2018 fue asesinado de cuatro balazos el periodista Mario Leonel Gómez Sánchez, quien se encontraba afuera de su casa, en el municipio de Yajalón. Fue el séptimo de los nueve periodistas asesinados en México ese año; en 2017, habían perdido la vida doce comunicadores profesionales, entre los que se contaban Miroslava Breach y Javier Valdez Cárdenas. La mayoría de estas muertes se debió a represalias de la delincuencia organizada.

En el caso de Mario Leonel no se ha sabido con certeza el móvil del crimen, pero es posible que haya estado relacionado con publicaciones del periodista sobre narcomenudeo en la zona o sobre actos de corrupción de políticos. Desde el asesinato de Roberto Mancilla, ocurrido 25 años atrás, no se registraba el deceso violento de un periodista en Chiapas. Después de Mario Leonel, ya en el sexenio de Rutilio Escandón Cadenas, fueron asesinados dos periodistas más: Fredy López Arévalo y Víctor Alfonso Culebro Morales. Fredy tenía una larga trayectoria en el periodismo nacional e internacional. Había iniciado como reportero en la televisión del gobierno del estado de Chiapas; después, había sido corresponsal de *Notimex* y *El Universal*. Al igual que Mario Leonel, Fredy fue asesinado frente a su casa, en donde lo esperaba el sicario que huyó con un cómplice a bordo de una motocicleta. Víctor Alfonso Culebro, quien administraba la página *Realidades, periodismo con verdad*, fue encontrado muerto el 28 de junio de 2024 en una carretera cercana al ejido Tierra y Libertad, en el municipio de Jiquipilas. Su cuerpo tenía huellas de tortura y disparos de arma de fuego.

Estos tres asesinatos fueron cometidos en un ambiente de descomposición social y enfrentamientos de grupos delincuenciales por disputa de territorios y de negocios ilícitos en Chiapas. Ninguno de los tres crímenes está aclarado. Por los asesinatos de Mario Leonel y Fredy han sido detenidos presuntos culpables, pero no se les ha dictado sentencia definitiva, ni tampoco se conoce la existencia de posibles autores intelectuales. Los dos habían solicitado protección del Estado.

Mario Leonel Gómez documentó las amenazas que recibía de manera constante desde que empezó a desempeñarse como corresponsal de la OEM en Yajalón y poblaciones aledañas. En cuatro ocasiones denunció ante la Fiscalía General del Estado de Chiapas las intimidaciones de las que era objeto, sin que lograra que se fincaran responsabilidades. El esclarecimiento de este crimen, en donde posiblemente estén vinculados grupos de poder, ha sido un proceso lento, lleno de dificultades y también de amenazas para sus familiares. Los periodistas que se desempeñaban en pequeñas poblaciones, escribió Manuel Buendía, requieren de auténtica valentía personal, “porque las banquetas son demasiado estrechas para que no se topen de frente —por ejemplo— el periodista y el comandante de policía de quien aquel hizo crítica en la edición de esa misma mañana”. Entre los periodistas de la Ciudad de México, ironizó el autor de *Red Privada*, “la incomodidad más seria que sufrimos es la de no encontrar mesa en nuestro restaurante favorito de la Zona Rosa” (Buendía, 1988, p. 90).

Los asesinatos de periodistas en el siglo XX en Chiapas tuvieron que ver en su mayoría con conflictos personales. El

primero del que se tiene registro ocurrió en 1924 cuando el periodista José Patrocinio Blanco, quien dirigía *Nosotros*, fue baleado en un enfrentamiento entre seguidores de Carlos A. Vidal y Luis Ramírez Corzo, en el parque central de Tuxtla Gutiérrez. En 1963 fue asesinado en San Cristóbal de Las Casas, Arturo Urbina, director de la *Más Allá*; según las autoridades, las causas de su muerte estaban relacionadas con su profesión de abogado y no con sus actividades periodísticas.

En 1965, mataron a Guadalupe Nájera, de *El Semanario Popular* que se editaba en Cintalapa, y en 1973, asesinaron a dos periodistas: a Antolín Gamboa Figueroa, de *El Demócrata*, y a Efraín Villatoro Hidalgo, de *El Sol del Soconusco* de Tapachula. Solo la muerte de Antolín Gamboa, acaecida en Arriaga, se relacionó con su actividad periodística. La Procuraduría informó que el móvil fue la represalia de servidores públicos de la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos que habían sido denunciados por actos de corrupción. En 1988 fue acribillado en los talleres de *El Mundo* de Comitán, Ronay González Reyes, jefe de información de ese periódico. La causa, indicó la Procuraduría de Justicia, fue la venganza. Años antes el periodista había asesinado una persona en Villaflores.

El gobierno de Patrocinio González Garrido ha sido el que más periodistas asesinados ha registrado. Humberto Gallegos Sobrino, quien encabezó esta lista, falleció en 1989, al parecer por golpes recibidos por personas no identificadas; Alfredo Córdova Solórzano, director *Uno Más Dos*, murió por las heridas de arma blanca que le ocasionaron dos asaltantes, y Fernando Preciado Escobar, de *La Opinión de la Costa*,

fue asesinado, según las autoridades, en una rencilla mientras festejaba el fin de año (*La Voz del Sureste*, 3 de enero de 1992).

Si los asesinatos de periodistas en Chiapas tenían que ver más con sus actividades personales que profesionales, hoy no es ese el indicador, sino la actividad represora de bandas criminales. Estas muertes han ocurrido en un contexto de incremento delincencial en el estado, que empezó a tener mayor actividad en 2018. Los asesinatos, por ejemplo, de Fredy López Arévalo fueron encontrados muertos en Frontera Comalapa el 30 de diciembre de 2021, en un enfrentamiento entre cárteles, según informó la Fiscalía General de Justicia del Estado.

Colofón

El término tropicalización de la publicidad política, empleado para caracterizar las campañas políticas de Manuel Velasco Coello, tiene que ver por supuesto con el empleo de la publicidad política en vías públicas, pero también con ese actuar muy propio de los políticos del trópico de no respetar los marcos legales en la promoción de su imagen y en la gestión de gobierno.

En su campaña política, el gobernador provocó resistencias y críticas de líderes de opinión del centro del país, pero en Chiapas, en especial en zonas rurales o de poca urbanización y comunicación, esta publicidad le permitió posicionarse para optar por la gubernatura. Desarrolló la misma estrategia a nivel nacional, pero esa publicidad, que funcionó muy bien

para Chiapas, sin que provocara críticas mayores, al trasladarla a otras partes del país, levantó resquemores y denuncias ante al Tribunal Electoral.

En los estados del centro del país, esta publicidad intrusiva fue vista como un agravio para sus habitantes. El modelo inaugurado por Enrique Peña Nieto estaba agotado. En mercadotecnia política, escribió Jenaro Villamil (24 de diciembre de 2013), “el original es una comedia y la imitación una farsa. El obvio interés de replicar el *advertainment* de Enrique Peña Nieto (...) es tan grotesco que le ha resultado contraproducente al aliado más joven de la dinastía Atlacomulco en el poder”. Sin contrapesos reales ni leyes “con dientes” (Aceves, 2009), es muy difícil hacer que se respeten los lineamientos en la materia, y que se consolide la democracia, y más en una entidad con la mayor pobreza extrema del país.

En cuanto a los medios de difusión, el de mayor consumo siguió siendo la radio. En estos años funcionaron 184 radiodifusoras, de las cuales 54 eran permitidas o concesionadas, mientras que 130 transmitían al margen de la Ley de Telecomunicaciones. El periodismo digital, que empezó a desarrollarse en este periodo, se enfrentó al bajo acceso a internet. En 2014, cuando solo el 30 por ciento en el nivel nacional contaba con internet, en Chiapas alcanzaba el 10 por ciento, el último lugar. Aun con esa baja penetración, la entidad era, junto con Veracruz, Guerrero y Tamaulipas, de las que contaba con el mayor número de publicaciones impresas, mixtas y digitales.

Ante tal abundancia de empresas dedicadas al negocio de la información, al gobierno del estado le era imposible sub-

vencionar a todos los portales y a todas las publicaciones impresas; como consecuencia, se abrieron espacios a la crítica, a la difusión de datos incómodos para los actores políticos y de puntos de vista no coincidentes con la versión oficial. Antes de internet, los periódicos en Chiapas tuvieron como fin controlar y ocultar la información incómoda para los gobernantes. Desde las páginas periodísticas y cabinas radiofónicas se armaron espirales de silencio, de ocultamiento y campañas propagandísticas que permitían a los gobiernos mantener el poder, la popularidad y la legitimidad. Los portales informativos independientes y las redes sociales digitales han convertido a los periódicos convencionales en medios obsoletos. Una industria informativa pesada no puede mantenerse en Chiapas sin apoyos oficiales. Y desde este sexenio comenzaron a ser demasiado caras para tan magros resultados.

El abaratamiento para diseñar contenidos exclusivamente digitales también motivó a informadores a crear portales comprometidos con la construcción de ciudadanía. Estas propuestas periodísticas tenían pocas posibilidades de existir en la industria pesada de la información, en donde se requería imprenta y papel. Varios de esos proyectos han sobrevivido sin convenios publicitarios con el gobierno estatal, porque han encontrado apoyos en fundaciones y en empresas como Google AdSense y Meta Journalism, que pagan por los consumos publicitarios.

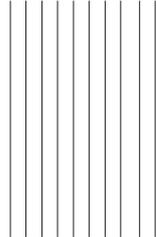
Los reporteros que trabajan en medios convencionales vieron incrementadas sus tareas, mas no sus salarios y prestaciones. A partir de entonces deben tomar fotografías, editar videos y redactar. Es difícil, en ese contexto, practicar géneros

de largo aliento; hubo, sin embargo, reconocimientos nacionales a periodistas y a fotoperiodistas de Chiapas por su labor en la comunicación profesional.

Dentro de los diez portales más visitados en 2018, de acuerdo con el desaparecido portal Alexa, seis pertenecían a periódicos híbridos, como *Cuarto Poder*, *Diario de Chiapas*, *El Orbe*, *El Heraldo de Chiapas*, *Diario del Sur* y *Es! Diario*, pero cuatro eran exclusivamente digitales: *Alerta Chiapas*, *3 Minutos Chiapas*, *Todo Chiapas* y *Chiapas Paralelo*.

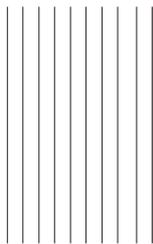
Existió en estos años un número importante de portales, surgidos por iniciativa de tres o cuatro periodistas, quienes publicaban noticias del día. Pero tal archipiélago de portales debilitó el surgimiento de medios fuertes, con más reporteros y colaboradores. No hay esfuerzos conjuntos que agrupen a más de 10 periodistas. Son, por eso mismo, estructuras pequeñas y precarias, con pocos recursos, que publican contenidos de calidad, pero aislados, mientras que las empresas mixtas, se permiten contratar a un mayor número de personal. Las ata, sin embargo, sus compromisos con el poder local.

Apareció, además, un actor que no se había tenido en cuenta: el lector de noticias, que ha enriquecido con comentarios y críticas al ecosistema de la comunicación local. Al no ser solo consumidor, sino también productor (prosumidor), genera contenidos o los comparte a través de diversas redes sociodigitales, lo que ha permitido conocer enfrentamientos entre cárteles, ataques violentos, actos de corrupción y protestas sociales.



CINCO

RUTILIO ESCANDÓN CADENAS Y LOS
MEDIOS GUBERNAMENTALES



Rutilio Escandón Cadenas, gobernador de 2018 a 2024, decidió alejarse de la prensa. No concedió entrevistas, ni conferencias. No escuchó a los comunicadores, pero tampoco los persiguió. Para él, los periodistas no existieron; solo estuvieron en su agenda los empresarios de la información con quienes siguió manteniendo convenios publicitarios.

Esa indiferencia con la que trató a la prensa, se tradujo también en la gobernabilidad. Cedió el poder a funcionarios menores y a organizaciones delincuenciales que marcaron el ritmo de la vida en Chiapas. Sus intervenciones, a través de la radio y la televisión oficiales, fueron para hablar de las condiciones climáticas prevalecientes en las diversas regiones de la entidad y para prevenir sobre incendios forestales. El gobernador se convirtió en meme del estado del tiempo. En meme inmóvil que propició la ingobernabilidad. Bajo su mandato creció la violencia. Los municipios de la región Sierra padecieron cobros por derecho de piso, vigilancia de drones, asesinatos, desapariciones forzadas y el sometimiento de sus pobladores para protestar en contra de la presencia del ejército, para montar retenes y para servir como escudos humanos en los enfrentamientos.

En esta expansión criminal, la cual abarcó a municipios indígenas, los periodistas fueron presionados por políticos locales y por miembros de los cárteles. Los asesinatos de Fredy López Arévalo y Víctor Alfonso Culebro Morales fueron cometidos en esta ola creciente de organizaciones delictivas. También las amenazas y represiones violentas en contra de

varios periodistas tuvieron sus orígenes en esa mezcla de intereses políticos y delictivos.

En estos años, los periódicos impresos redujeron su circulación, número de páginas, días de publicación y varios de ellos comenzaron a publicarse solo en versión digital, como *El Herald* y *Esto*, de la Organización Editorial Mexicana; *Es!* *Diario Popular*, *El Sol de Chiapas* y *Diario del Sur*. Los blogs y sitios informativos, con dominios propios, también menguaron. En contrapartida, Facebook se convirtió en la plataforma que registró el incremento de *fanpages*.

En esta nueva dinámica, los voceadores prácticamente desaparecieron del paisaje urbano de Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de Las Casas, Tapachula y Comitán. Araceli Gómez, quien ha administrado por más de 40 años un puesto de periódicos frente a la Catedral de San Marcos en la capital chiapaneca, considera que el inicio de la crisis fue en la pandemia, cuando los periódicos se concretaron a imprimir ejemplares para las oficinas gubernamentales. En 2024 vendía alrededor de 50 ejemplares diarios de *Cuarto Poder*, cuando en el gobierno de Pablo Salazar, llegó a colocar más de dos mil (entrevista, 2 de agosto de 2024).

Los periódicos híbridos son los que lideran el tráfico de lectura de noticias. *Cuarto Poder*, *Diario de Chiapas* y *El Orbe* siguen siendo las publicaciones más visitadas en sus plataformas digitales, en coexistencia con medios nativos digitales como *Alerta Chiapas*, *Chiapas Paralelo*, *Cintalapanecos*, *Huixtlaweb*, *Chiapas sin Censura*, *Chiapas en la Mira* o *El Papelote*.

Los portales informativos aun cuando generan menos costos en la distribución de la información, se caracterizan por su fragilidad económica, fugacidad y estructura reducida de personal. Los comunicadores chiapanecos no se organizan para emprender proyectos colectivos periodísticos. Prefieren crear de forma individual una página de noticias o un canal de televisión, cuya base es Facebook, Twitter y ocasionalmente Instagram, Tiktok y Youtube.

La situación en general de los periodistas se ha pauperizado. Los comunicadores que trabajan para medios tradicionales han visto estancados sus salarios y sus prestaciones laborales. Es común que se les pague semanalmente con recibos de honorarios como prestadores de servicios informativos, y no como trabajadores formales de empresas de comunicación. Otro sector que se ha reducido, incluso desaparecido de la plantilla de los periódicos es el de los fotógrafos. Los editores optan por adquirir fotografías de agencias informativas, oficinas de comunicación social o de internet. Solo *Cuarto Poder* mantiene plazas de reporteros gráficos con las prestaciones marcadas por la Ley Federal del Trabajo.

El mercado tampoco es de bonanza para los empresarios de los medios. Los más beneficiados son los diarios más antiguos, periódicos tradicionales que han mermado su circulación y que, por consiguiente, no logran cubrir la esfera de la opinión pública, la cual se ha trasladado a las redes sociales digitales en microesferas opinativas.

Los lectores prefieren textos relacionados con la nota roja y los deportes. Las noticias de corte político, debido a que

los periódicos tradicionales se atienen a la versión oficial, no registran altos índices de lectura en su versión en línea, a menos que estén aderezados de sensacionalismo o escándalo. En ese terreno, los portales informativos se convierten en espacios de consulta para los internautas. De poco sirve al Estado pagar convenios publicitarios, que llegan al millón de pesos en los principales periódicos, si no tienen incidencia en la esfera pública estatal; sin embargo, en caso de cambiar su política editorial de complacencia por otra más independiente al gobierno, se convertirían en medios más cercanos a los lectores y, por consiguiente, más consumidos.

Aunque registran escasa lectura de contenidos políticos, los periódicos tradicionales son una espada de Damocles que apunta a la cabeza de los gobernantes, en caso de que dejen de fluir los pagos por la publicidad oficial. Solo entonces estarían dispuestos a mutar de medios propagandísticos al gobierno a medios críticos e independientes, hasta lograr acuerdos económicos que les favorezca.

La radio, que ha sido el medio de mayor penetración en la caprichosa geografía de Chiapas, sigue jugando un papel importante, sobre todo en las poblaciones rurales, en donde el internet es limitado y la señal telefónica es intermitente. Incluso en esas zonas, la información empieza a circular a través de grupos de Whatsapp y de otras redes sociales.

En las incursiones de los grupos armados para someter a pobladores es común que corten la señal de internet y de telefonía celular para evitar la organización de las personas y la fuga de información. Esos pobladores se informan de lo que

sucede en otras partes de México a través de noticiarios radiofónicos. Los cárteles han detectado la relevancia que tiene la radio, por lo que también han instalado cabinas improvisadas radiofónicas, y condicionado a las existentes para que no divulguen datos que les resulten perjudiciales.

Los periodistas enfrentan diversos retos en el escenario digital. Lo primero es lograr condiciones adecuadas de seguridad en un ambiente hostil y complejo por la participación de diversos actores que pueden cambiar de piel de manera constante: ser políticos, pero también llevar el ropaje y los intereses de los cárteles. Ante la crítica periodística, la vieja clase política optaba por compartir un café con los informadores, establecer convenios publicitarios, y solo en algunos casos, perseguir y demandar a los informadores. El asesinato no cabía en el manual para someter a la prensa. La muestra es que durante 25 años no hubo periodistas muertos con violencia. En 2018, esas condiciones cambiaron. En estos seis años tres periodistas han sido abatidos por las balas disparadas desde la penumbra de la delincuencia, aunque el caso de Mario Leonel Gómez Sánchez, ocurrió en el gobierno de Manuel Velasco.

El segundo reto es lograr mejores condiciones laborales de los periodistas. El camino natural que se le abre a los periodistas es crear sus propios medios e instalar sets televisivos para transmitir por Facebook y Youtube. Es una ruta incierta, porque la publicidad fluirá de acuerdo con la trayectoria y relaciones que goce el comunicador.

El tercer reto es encontrar vías alternas de financiamiento, de tal manera que no dependan solo del gobierno. Algunas

plataformas informativas lo han logrado mediante la monetización de las redes sociales o a través de fondeadoras internacionales que apoyan proyectos periodísticos prometedores.

El cuarto reto es consolidar un periodismo que no solo cuestione a los poderes sino que brinde foros de expresión a diversos colectivos y organizaciones independientes, así como visibilizar los problemas que enfrentan las mujeres, los migrantes, campesinos e indígenas que no gozan de espacios en los medios para dar a conocer sus problemas de opresión.

El quinto reto es lograr un periodismo profesional que fomente la investigación, el impulso de nuevas narrativas mediante el manejo de géneros como la crónica y el reportaje de largo aliento, y que tenga como base los valores éticos de la comunicación.

El sexto reto para los periodistas es crear agrupaciones profesionales o gremiales sólidas que permitan exigir mayores condiciones de seguridad, mejores salarios, un manejo más equitativo y transparente de la publicidad oficial, así como mantener cursos de capacitación permanente.

El Estado también podría contribuir a la existencia de un buen periodismo chiapaneco. Algunos gobiernos han ofrecido, en lugar de subvenciones, cursos de capacitación a los profesionales de la comunicación. También han contribuido a brindar mejores condiciones laborales y de seguridad. La publicidad, si así lo decidieran las autoridades, podría otorgarse con base en el consumo, el manejo ético de la información, la visibilización de problemas sociales y el empleo de variedad de géneros, entre otros indicadores.

A diferencia del presidente Andrés Manuel López Obrador, quien copó los medios informativos con conferencias matutinas, el gobernador Rutilio Escandón optó por agazaparse en sus oficinas. Sus mensajes, que en su mayoría alertaban sobre el estado del tiempo, eran publicados en las cuentas de redes sociodigitales y en el sistema de radio y televisión oficiales. Por esta preponderancia de los medios estatales, dedicaré este capítulo a analizar a estos medios gubernamentales; dejaré para otro momento las relaciones prensa-Estado.

¿Medios públicos?

En México, políticos y funcionarios emplean el término “medio público” para indicar y legitimar la existencia de medios de información plurales e incluyentes, pero que en la práctica han sido gestionados, organizados y dirigidos por los distintos gobiernos desde la segunda mitad del siglo XX hasta la actualidad. En el periodo priista, que abarcó más de 70 años, emergió un régimen sin contrapesos. Por esa razón, Mario Vargas Llosa llamó a ese peculiar sistema político “dictadura perfecta” (1990, 31 de agosto); un régimen de presidencias imperiales, indicó Krauze (2002), porque la figura del presidente de la República era intocable y la prensa en general respondía a los intereses gubernamentales (Scherer y Monsiváis, 2003). Si la prensa y la televisión de particulares no podían sustraerse de la directriz gubernamental, era imposible que emergieran medios radiotelevisivos que impulsaran el debate público, la pluralidad y la búsqueda de espacios democráticos. La

Ley Federal de Radio y Televisión, promulgada el 19 de enero de 1960, fue clara al referirse a la actividad realizada por los medios gubernamentales como de “interés público”, para no brindarles la categoría de medios públicos.

Era una estrategia además que obedecía a la lógica del Estado mexicano que había impulsado un ecosistema de radiodifusión mixta, en donde convivían medios comerciales y estatales (Fernández, 1982, 1992; Mejía Barquera, 1989; Romo, 1990). Se fortalecieron los primeros, en detrimento de los segundos que ocuparon una posición marginal al no recibir los apoyos económicos ni técnicos necesarios. Es más: hubo etapas de desmantelamiento de los medios estatales. En 1993, por ejemplo, el gobierno de Carlos Salinas de Gortari subastó el Instituto Mexicano de Televisión (Imevisión) con sus canales 7 y 13, que quedaron en manos privadas, y dieron origen a Televisión Azteca, la segunda cadena televisiva más importante en el país.

Con la llegada del PAN a la presidencia de la República en el 2000, en esa naciente democracia de alternancia del poder político, los medios estatales cambiaron de nombre; comenzaron a llamarles medios públicos, pero siguieron dependiendo de la administración gubernamental. Para Martell (2018) los medios estatales mexicanos tuvieron la encomienda de fortalecer la “visibilidad social a las cúpulas del poder” y a ellas concedían “mayor poder mediante estas acciones. Para el resto de la población, la expresión de su voz” fue limitada (p. 63).

Al sistema político mexicano no le interesó consolidar medios públicos con características de pluralidad, inclusión

y equidad, porque habría significado brindar espacios a políticos de la oposición, y como señaló el presidente José López Portillo, “el Estado no pagaba para que le pegaran” (Fuentes-Berain, 2001). Por esa razón, diversos especialistas, organizaciones sociales y partidos opositores pugnaron por la fundación de medios verdaderamente públicos. El Estado por fin cedió a esa exigencia social con la aprobación, en 2014, de la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (2014), la cual contempló la creación del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPREM), que concentró estaciones de radio y de televisión pertenecientes a los estados y a la federación. La nueva normatividad representó un avance en la consecución de medios públicos, al establecer que la radiodifusión era un servicio público y por tanto debía reflejar “el pluralismo ideológico, político, social y cultural y lingüístico de la nación” y “fomentar los valores de la identidad nacional” (artículo 256). Al apostar por el pluralismo político, se pensó que la etapa de dependencia de los medios públicos al gobierno sería un asunto del pasado, especialmente cuando en 2018 ganó la Presidencia de la República el Movimiento de Regeneración Nacional (Morena), un partido de izquierda que había pugnado por la creación de este tipo de medios.

Desde 2012, este partido expresó la necesidad de “establecer medios públicos, en manos de la sociedad para garantizar el derecho a la información, reflejar la pluralidad política, étnica, social y cultural de los mexicanos” (Morena, 2012, p. 4). ¿Se ha cumplido con ese propósito o, por el contrario, los

medios del Sistema Público de Radiodifusión continúan en la inercia de ser foros propagandísticos de acciones políticas gubernamentales? Para responder a esta pregunta, centro mi análisis en el Canal 10 del Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía (SCRTC), una institución que aglutina a cuatro repetidoras de televisión y 13 estaciones de radio, y que subsiste con el presupuesto que le asigna el Estado.

En cuanto al concepto y características de los medios públicos, ha existido en América Latina un rico debate teórico. Uno de los primeros especialistas en proponer un modelo de medios públicos fue Antonio Pascuali, quien al participar en la Mesa Redonda Mexicom de 1986, consideró que la radiodifusión pública debía contar con amplia cobertura, independencia, descentralización, infraestructura actualizada, intercambio de programas, alta calidad y que sus recursos debían provenir del contribuyente (1991). Después, Pascuali, quien era funcionario de la Unesco, perfiló las características de un medio público:

no pertenece a privados; es mayoritariamente financiado por el Estado, es decir con dineros públicos; tiene autonomía e independencia política ante el Poder Ejecutivo y autonomía ante los poderes económicos; es un servicio no-gubernamental y desgubernamentalizado; está bajo supervisión del Poder Legislativo o de una autoridad especial *supra partes* y aplica criterios de *par condicio* en el tratamiento de la política interna; ofrece servicios diversificados, complementarios y universales (maximización de coberturas y atención a todos los estratos socioculturales); se impone a sí mismo elevados estándares cualitativos y de moral social (2005, pp. 291-292).

En los últimos veinte años del siglo pasado, y con menor intensidad en la primera década de este siglo, se escribió y se debatió sobre los medios públicos en América Latina. En el caso de México han sido importantes las aportaciones de Mejía Barquera (1989), Romo (1990), Fernández Christlieb (1992), Orozco y Hernández (2006), Trejo Delarbre (2008) y de Toussaint (2018), principalmente. En el año 2000, Omar Rincón (2001) reunió a Barbero, Rey, Portales, Fuenzalida, Mazziotti, Orozco y Otondo para discutir este tema. Más centrado en los fines, Rincón indicó que los medios públicos debían interpelar al ciudadano y no al consumidor, con el propósito de “superar la versión comercial y ganar en densidad ciudadana” (Rincón, p. 24). La Unesco, que ha impulsado la creación de medios públicos en diversas partes del mundo, señaló que la radio y la televisión pública debían atender a las capas desprotegidas de la sociedad, apoyar la educación y la formación, defender la democracia, presentar una programación específica (singular y original), establecer convenios de cooperación internacional y buscar la integración regional (Unesco, 2006). Valerio Fuenzalida (2005), quien también enriqueció estos debates, aclaró que los medios públicos, a diferencia de los privados, no debían lucrar con sus contenidos.

En trabajos más recientes, los especialistas mencionados consideran que los principales elementos que configuran a los medios públicos son cobertura de su territorio, financiamiento público o mixto, independencia del poder político, dependencia del poder legislativo, rendición de cuentas, alta calidad en contenidos, inclusión de minorías, fortalecimiento de la iden-

tividad nacional, incorporación del defensor de la audiencia, y espacio de debate público con pluralidad de opiniones (Gómez García, 2009). Al estar al servicio del ciudadano y no de los actores políticos, los medios públicos se proponen, como fin último, fortalecer los sistemas democráticos, a través de tres principios: “la independencia editorial hacia el gobierno y el poder económico, la responsabilidad con la sociedad y sus audiencias [rendición de cuentas] y la diversidad política y social” (Gómez García, 2009, p. 160). La European Broadcasting Union (2023) contempla la diversidad, la equidad y la inclusión, lo que tiene que ver con “igualdad de género, diversidad étnica y racial, discapacidades, diversidad generacional y comunidades LGBTQI+” (p. 2).

Con base en las aportaciones de los investigadores mencionados, un medio público se caracteriza porque:

- Es financiado por los contribuyentes.
- No lucra.
- Es plural en contenidos políticos y goza de independencia editorial.
- Es pluricultural y diverso.
- Posee amplia cobertura.
- Promueve las artes, la ciencia, la historia, los valores ecológicos, los derechos humanos, las libertades y los valores cívicos.
- Se distingue por su alta calidad y veracidad informativa.
- Presenta programas educativos y de formación, con énfasis en la niñez.

- Atiende a las minorías, desde la equidad de género y los derechos humanos, y brinda espacios de participación ciudadana.
- Incluye obras de producción independiente y promueve la colaboración regional e internacional de programas de calidad.

Por esa razón, y con fines operativos, consideramos que los medios públicos son aquellos que están al servicio de los usuarios de información con contenidos sociales, políticos y culturales plurales y de calidad que reflejan la diversidad de sus habitantes, la construcción democrática y el desarrollo social fincado en los derechos humanos. Desde este punto de vista, un medio público tiene más responsabilidades que uno comercial, puesto que sus valores principales son la universalidad, la independencia, la excelencia, la diversidad, la rendición de cuentas, la equidad, la inclusión y la innovación.

Los medios públicos contribuyen en la consolidación de la democracia, y son fundamentales, en momentos de crisis, para evitar la fragmentación y la polarización social. En el Reino Unido, por ejemplo, se encontró que la radiodifusión pública había sido importante para la solidaridad social en la pandemia de Covid-19 (Schlesinger, 2020). Actualmente, estos medios atraviesan por una crisis que parece interminable; por un lado, enfrentan problemas derivados de la globalización, legitimación, digitalización y el surgimiento de plataformas (Sehl, 2020; D'Arma, Raats y Steemers, 2021), y por el otro, su público ha envejecido, “y está en continuo declive” entre

los usuarios jóvenes (Schulz, Levy & Kleis, 2019, p. 13). Esta crisis inició en los ochentas y se ha agudizado con la erosión de la democracia que se vive en varios países: “los medios públicos se enfrentan no solo a sus competidores comerciales de larga data y al cable, sino también, cada vez más, a los canales basados en la web y en plataformas. Desde un punto de vista político, son afectados por recortes presupuestarios y las intervenciones políticas” (Połońska & Beckett, 2019, p. 7). También internet y las tecnologías más recientes representan un desafío para los medios públicos; Donders (2019, p. 1013) encontró, por ejemplo, que los medios públicos tienen más dificultades que los privados para posicionarse en las preferencias de los usuarios. Desde estas complejidades debemos estudiar los medios públicos, sin olvidar el contexto y las normatividades a los que están sujetos en sus regiones.

En cuanto, a las formas de abordaje de los medios público, los métodos más empleados son el estudio de caso comparativo, el análisis de contenido y el estudio de caso único (Lestón-Huerta, Goyanes y Mazza, 2021). En este apartado combino dos metodologías: el estudio de caso único y el análisis de contenido. Había otras vetas por explorar, como el aspecto normativo, propuesto por McQuail (1998) y recuperado con éxito por Gómez (2020), en particular porque el contexto mexicano y chiapaneco han tenido varios marcos legales. Aunque no analizo ese aspecto de manera exhaustiva, lo refiero, porque es imposible desarrollar una investigación de este tipo sin reparar en el aspecto jurídico. Me apoyo en el estudio de caso único, desde la mirada de Helen Simons (2011), para quien

este enfoque constituye una estrategia de investigación “desde múltiples perspectivas de la complejidad y unicidad de un determinado proyecto, política, institución, programa o sistema en un contexto real” (p. 59), basado en entrevistas, análisis documental y observación. El análisis de contenido, por su parte, ha sido una metodología de larga tradición en los estudios de medios. Recientemente Martínez-Costa, Müller y Villar (2020) se inclinaron por este método para estudiar cinco valores característicos de los medios públicos, como son pluralismo, diversidad cultural, identidad cultural, igualdad de género y atención a minorías. El análisis de contenido no es solo una técnica cuantitativa, sino una “hermenéutica controlada, basada en la deducción: la inferencia” (Bardin, 2002, p. 7).

El objetivo de este trabajo ha sido investigar si Canal 10, que forma parte del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, ha transitado hacia un modelo de televisión pública, que debe caracterizarse por la pluralidad política, la inclusión y la equidad o mantiene rasgos de un sistema estatal, dependiente de la estructura gubernamental y de sus intereses políticos. Los objetivos específicos han sido a) analizar la independencia editorial sobre los contenidos que emite Canal 10, b) describir la cobertura que ofrece la televisora, y c) identificar la producción de contenidos propios, desde la inclusión y diversidad social y cultural.

Para lograr estos propósitos analicé a Canal a partir de las siguientes características, que son mencionadas por diferentes especialistas y por la normatividad del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano:

- Financiación y rendición de cuentas
- Cobertura
- Infraestructura
- Pluralismo político e independencia editorial
- Inclusión y diversidad cultural, social y lingüística; género, programación infantil y participación de las audiencias
- Producción propia de calidad y cooperación regional/internacional

Estas seis categorías las agrupé en dos rubros: el primero tiene que ver con los aspectos físicos y materiales, mientras que el segundo, con la programación. Para el primero, me basé en entrevistas, y para el segundo, en el análisis de contenido. La financiación y la rendición de cuentas se refieren a la operatividad de los medios públicos, los cuales pueden observarse a través del otorgamiento de recursos económicos y los informes de uso de esos recursos por provenir del erario. El análisis, en este caso, es documental y normativo, mientras que el de cobertura e infraestructura, está basado en entrevistas. El pluralismo, la diversidad y la inclusión, están relacionados en la programación y debe reflejarse en la barra programática, que contempló los siguientes aspectos:

- Artes
- Ciencia
- Cultura popular
- Deportes
- Gastronomía
- Género

- Entretenimiento
- Historia
- Información/Noticias
- Intercambios
- Música
- Política
- Temas ambientales
- Turismo
- Salud
- Sociedad

Estas categorías surgieron de un seguimiento piloto de la programación de Canal 10. No están la categoría de Ficción, que podrían incluirse en otros análisis, porque no se presentan contenidos de este tipo. Tampoco temas financieros o tecnológicos. En Sociedad agrupo los programas que dan cuenta de la complejidad del mundo actual, desde cuestiones de convivencia, conflictos, globalización y minorías. Género, debido a que se aborda en varios programas, decidimos dejarlo como una categoría.

En cuanto al noticiario 10 Noticias, que es el principal producto de Canal 10, observé los siguientes aspectos:

- Cultura
- Deportes
- Gobierno nacional
- Gobierno estatal
- Internacionales

- Municipios
- Nota roja
- Espectáculos
- Salud

Describí la cobertura que se le otorga al gobernador del estado y la cantidad de programas propios que transmiten el canal oficial. El análisis de contenido se realizó del 15 de noviembre al 15 de diciembre de 2022.

La voz gubernamental

El Gobierno del Estado de Chiapas ha administrado estaciones de radio y de televisión desde hace más de 50 años. En el caso de la radio, en 1939 fue creada la XEXJ, La Voz de la Marimba desde Chiapas, que transmitía desde el Palacio de los Poderes en Tuxtla Gutiérrez, a través del 1260 kilociclo de AM. Esa radiodifusora funcionó de manera intermitente por cuatro años; cesó en 1943, cuando inició la época dorada de la radio comercial en la entidad. En 1973 el gobierno estatal incursionó de nueva cuenta en la radiodifusión con la puesta en marcha de la XERA, que transmitía desde San Cristóbal de Las Casas, con programación en tojolabal, chol, tzeltal y tzotzil.

En el gobierno de Patrocinio González Garrido (1988-1993) fueron fundadas estaciones en Palenque y en Ocosingo, ambas coordinadas por la Red Radio Chiapas que surgió en

junio de 1990. En 1994, año del alzamiento zapatista, fueron creadas estaciones en Tuxtla, Tapachula y Tonalá. Después contaron con este medio, los municipios de Pichucalco, Tecpatán y La Trinitaria. Actualmente, existen 13 radiodifusoras gestionadas por el Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía.

La televisión gubernamental inició con la creación de la Productora de Televisión de Chiapas, Canal 2, en diciembre de 1980. Si bien se anunciaba como canal, en realidad tenía que enlazarse a la programación de la Televisión Rural de México (TRM), que le cedía un espacio vespertino de 60 minutos. En 1991, aunque fue instaurado el Sistema Chiapaneco de Televisión, tampoco tenía frecuencia propia, sino que debía transmitir en el espacio que le concedía Imevisión, el instituto estatal que sustituyó a TRM. En 1993, presionado por la venta de Imevisión, el Gobierno del Estado de Chiapas fundó Canal 10.

Debido a que la Red Radio Chiapas y Canal 10 funcionaban de manera aislada, la administración del gobernador Pablo Salazar Mendiguchía constituyó en 2001 el Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión. En el Plan de Desarrollo Chiapas 2001-2006 de ese gobierno se presentó un diagnóstico de la radio y la televisión gubernamentales. En ese documento se indicaba que habían sido usadas como aparatos de propaganda política contra opositores y que habían sido dirigidos “a partir de criterios e intereses de facción, lo que provocó su absoluta falta de credibilidad. La radio y la televisión no eran utilizadas para informar a la sociedad, sino para constituir verdaderos instru-

mentos gubernamentales de manipulación de la información” (Gobierno del Estado de Chiapas, 2001-2006, p. 144). También criticó el rezago tecnológico, la falta de infraestructura, la nula capacitación del personal, la comercialización de su programación y la poca cobertura. En septiembre de 2005, después de haber funcionado durante varios años en el Teatro Emilio Rabasa, el Sistema Chiapaneco estrenó un edificio expresamente diseñado para sus emisiones.

Al constituirse en organismo público descentralizado, el Sistema Chiapaneco tendría autonomía propia, según el decreto publicado; pero, dependería de una junta de gobierno, en la que el gobernador figuraba como presidente y tenía la facultad de nombrar al titular del Sistema Chiapaneco; posteriormente se modificó esa normatividad y la presidencia ha sido ocupada por titulares de diversas dependencias gubernamentales, aunque su autonomía plena, como fue la idea de su creación, no ha sido posible, y “tanto la televisión y la radio permitida al gobierno continúa siendo una maquinaria de legitimación al servicio de las decisiones e intereses gubernamentales” (Villar, 2011, p. 73).

Cada gobierno ha impreso su propio sello a la radio y a la televisión oficial. En el gobierno de Juan Sabines Guerrero, se agregó el nombre de Cinematografía, con lo que quedó como Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía, pero la producción cinematográfica ha sido prácticamente nula. Al ser un sistema estatal, está sujeto a los vaivenes políticos: “Cada nuevo gobernador, cada nuevo director es una nueva aventura, que mejora, mantiene o empeora las cosas” (Martínez y Cortés, 2008, p. 61).

Actualmente el Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía forma parte del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR) y de la Red de Medios Públicos, regida por la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. En su misión se asume como

un medio de comunicación de carácter público sin fines lucrativos, que fomenta la riqueza sociocultural del estado de Chiapas y que brinda espacio a todas las voces de manera ordenada y objetiva, manteniendo la pluralidad, veracidad y calidad en sus contenidos. Además, defiende y difunde la libertad de expresión, las políticas públicas y las campañas de beneficio social que promueven el desarrollo integral de la sociedad (Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía, s/f, p. 5).

La radio y la televisión en Chiapas son medios de encuentro en una entidad que vive dispersa con más de 20 mil 951 comunidades rurales y 206 urbanas, con un nivel de pobreza del 75.5% y un acceso de internet del 46.1 (Inegi, 2021), cifras que la colocan en la peor desigualdad social, digital y económica del país.

Desde su creación en 2003, hasta 2024, el Sistema Chiapaneco registró presupuestos similares (ver Tabla 1), a excepción de 2010, 2011 y 2014, cuando se le asignaron cifras superiores con el propósito de renovar su equipo. De ese presupuesto, que ha oscilado entre los 63 y los 80 millones, al Canal 10 le ha correspondido el 25 por ciento aproximadamente. Esta cantidad es apenas suficiente para mantener en pie las transmisiones. “Los políticos quieren dejar morir de inanición a la televisora, con equipos que funcionan a duras

penas”, considera Susana Solís Esquinca (entrevista, 2023, 12 de enero), quien se desempeñó de 2012 a 2016 como directora de este Sistema.

Tabla 1. *Presupuesto del Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía*

Año	Presupuesto	Año	Presupuesto en pesos mexicanos
2001	15,491,942.50	2013	60,771,203.85
2002	34,268,210.10	2014	103,602,600.00
2003	33,491,038.69	2015	63,783,567.91
2004	36,952,000.00	2016	63,783,567.91
2005	48,087,791.07	2017	67,990,328.17
2006	50,083,385.62	2018	65,315,559.10
2007	55,680,000.00	2019	65,792,559.43
2008	67,381,067.12	2020	66,338,644.37
2009	86,181,594.04	2021	67,400,460.09
2010	152,586,857.66	2022	71,302,472.00
2011	140,080,744.00	2023	78,670,149.12
2012	68,131,515.00	2024	80,223,356.70

Fuente: Elaboración propia con datos de la Secretaría de Hacienda de Chiapas.

El presupuesto es diseñado por la Secretaría de Hacienda y aprobado por el Congreso del Estado. Aunque el Sistema obtiene ingresos por patrocinios, estos son poco significativos. Su subordinación del presupuesto oficial es total, y al estar considerado como paraestatal, depende de la estructura administrativa del gobierno. En México, como sucede en América Latina, estos medios presentan “síntomas de gubernamentalización o adolecen de autonomía financiera, gobernanza y control independientes” (Campos, 2009, p. 9). El Sistema Chiapaneco no está fuera de este esquema. Su directora, Yesenia Castañeda Fernández (entrevista, 14 de enero de 2023), considera que sí dirige un medio público, pero su línea editorial está marcada por los intereses gubernamentales.

Obtener ingresos que no provengan del erario es complicado. En la administración de Juan Sabines (2006-2011) se buscaron otras modalidades de financiamiento, como el cobro de entrevistas, producción de audios, transferencias de video y renta del set de televisión y de la unidad móvil. Villar (2011) detectó en un monitoreo que, en marzo de ese año, había un exceso de comerciales que anunciaban la presentación del cantante Luis Miguel en Tuxtla Gutiérrez. En la administración (2018-2024) no se comercializaron los espacios televisivos, por estar prohibidos por la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, la cual indica que los medios de servicio público “no se podrán usar, aprovechar o explotar con fines de lucro” (artículo 76), y si bien se les permite recibir “donativos en dinero o en especie hechos por personas físicas o morales de nacionalidad mexicana o extranjera”, estos están

ausentes. La rendición de cuentas se concreta a las auditorías periódicas que practica las instancias estatales respecto al manejo de los recursos económicos.

La producción propia de Canal 10 es limitada: se restringe al noticiario 10 Noticias, Mañanas de 10, Entre comales, Cocina con nosotros, Iday vos, La voz de nuestras raíces, Palabra en flor, Salud en el hogar, Con el son de la marimba y algunos documentales. Esto representa el 29 por ciento del total de su producción.

Tabla 2. Países o entidades de donde proceden los programas emitidos por Canal 10

Origen	Porcentaje
Chiapas	29
Ciudad de México	16
Alemania	11
Argentina	9
Colombia	8
Veracruz	5.5
Guanajuato	4
Sinaloa	3
Perú	2.5
Otros: Jalisco, Venezuela, Puebla, Oaxaca, Cuba, Japón, Brasil, Uruguay, Morelos.	12

Fuente: Elaboración propia.

La programación infantil, que se transmite de lunes a viernes por las tardes y los fines de semana por la mañana, proviene de medios públicos de Alemania, Argentina y Colombia, en primer lugar, y en segundo lugar de Perú, Brasil, Venezuela y Cuba, con programas como Colorico de Cana Ipe de Perú, El teatrino de Diego de Cubavisión, Diez años para cambiar de Telecafé de Colombia, Chico na Ilha dos Jurebas de TV Escola de Brasil. También se transmiten contenidos de televisoras de la Ciudad de México, Guanajuato, Sinaloa, Jalisco y Morelos.

Tabla 3. *Tipos de programas emitidos por Canal 10*

Tipo de programa	Porcentaje	Producción propia
Infantil	17	0
Salud	10	70
Información/Noticias	9.5	80
Gastronomía	9	33
Turismo	9	0
Sociedad	8.5	0
Música	7	21
Cultura popular	6.5	50
Temas ambientales	4.5	0
Artes	4	0
Género	3.5	
Otros: Entretenimiento, Historia, Ciencia, Política, Educación	11.5	

Fuente: Elaboración propia.

Los aportes de Canal 10 están en la producción de noticieros, programas de gastronomía, de música, cultura popular y salud, con ausencia notable en contenidos de deportes y los dirigidos al público infantil. Su debilidad radica, aparte de su baja producción, en que no ha establecido convenios de coproducción con sistemas televisivos de otros estados, mucho menos con organismos privados, como sucede con varias televisoras públicas en Europa, que han coproducido programas con Netflix, Amazon Prime y otras plataformas de entretenimiento (D'Arma, Raats y Steemers, 2021).

Aunque en la práctica el SCRTC tiene un carácter autónomo, en su programa 10 Noticias, el gobernador ocupa el lugar más relevante. En los tres meses de monitoreo no hubo un solo día en que no fuera mencionado; además su voz aparece de forma constante. Su voz informa, expresa opiniones, orienta respecto a incendios en los bosques, sobre apoyos a los campesinos y adultos mayores, sobre cuestiones de salud y apoyos sociales. No hay otro protagonista en los espacios noticiosos. Si los medios públicos asumen el compromiso de presentar el caleidoscopio de la política, en Canal 10 es inexistente. La realidad que se presenta es monocromática, sin el arcoíris de posiciones políticas que marca la cartografía chiapaneca. Es más, sin cubrir acontecimientos de interés social. El noticiero es la expresión de lo que realiza el gobernador y su entorno, con énfasis especial en la Secretaría de Salud, Protección Civil y Fiscalía del Estado. A esa dependencia del presupuesto estatal, que incide en la política de contenidos, Shiffrin (2017) le ha llamado “media capture” (captura de medios), que se inscribe

en un control blando, en lugar de un control coercitivo, que es predominante en América Latina, no solo con los medios estatales sino también con los privados (Márquez y Guerrero, 2017; Freedman, 2019). Dentro de esa dinámica de intereses gubernamentales, el informe anual del gobernador y sus actividades diarias, fueran relevantes o no, constituyeron la materia principal de los noticiarios de Canal 10.

El Sistema Chiapaneco reconoce en su código de ética que los contenidos “siempre estuvieron sujetos a la voluntad personal de los empleados o directivos de las instituciones públicas o empresas privadas y en pocas ocasiones respondían a las necesidades o expectativas de las audiencias” (SCRTC, s/f, p. 2); sin embargo, en la actual administración, esta televisora sigue supeditada a los intereses gubernamentales. Hay que reconocer que el Sistema Chiapaneco no es utilizado, como ha ocurrido en administraciones pasadas, para descalificar a opositores políticos, pero su línea editorial es de exaltación a las actividades oficiales.

La barra programática de Canal 10 registra cambios constantes y, a veces, contrapuestos. En ocasiones sus contenidos han estado más cercanos a lo comercial, con contenidos de revista y de horóscopos, y en otras ha intentado acercarse a la concepción de medio público; su dependencia de la estructura gubernamental, la mantiene sujeta a las directrices de políticas que se plantean en las oficinas del Instituto de Comunicación Social del Estado de Chiapas. La programación no se conoce con anticipación, y si bien existe una página electrónica del Sistema Chiapaneco, esta no se actualiza de manera

constante. Los programas que sí mantienen una hora fija de emisión son los de producción propia; los demás se emiten en horarios no especificados de antemano.

El público puede participar a través de llamadas telefónicas, mensajes por Whatsapp y correos electrónicos, pero rara vez lo hace. A la pregunta: “¿cómo es percibido Canal 10 por los usuarios?” La respuesta que dio Villar, después de un trabajo de campo de dos años, fue que la programación era “monotemática, aburrida, de la política local y las giras del gobernador, ininteligibilidad que propicia el rechazo al sentido de validez y lo que hemos denominado narrativas irreales de la realidad” (2013, p. 159). Hay un espacio a destacar, emitido en forma de cápsulas, titulado Grandes talentos de Chiapas que reconoce a personas destacadas en la entidad, como investigadoras, artesanas o deportistas, con lo que se busca dar voz a los ciudadanos.

Más que un foro de expresión de las audiencias, Canal 10 es un foro propagandístico para los funcionarios gubernamentales, liderado por el gobernador del estado. Esto ha provocado un alejamiento de los televidentes. Cuando entrevistaba en una cafetería al conductor de un programa de Canal 10, fue saludado familiarmente por una persona quien dijo conocerlo por sus intervenciones televisivas. Pregunté entonces: “¿sabe en dónde trabaja?”. “En Canal 5”, respondió. El conductor había trabajado efectivamente durante cuatro años en ese canal privado, pero desde hacía seis laboraba en Canal 10. El comentario del comunicador fue lacónico: “No existimos como televisora; la gente no

nos ve, mucho menos se identifica con las emisiones” (entrevista, 13 de febrero de 2024).

Una tercera parte de la población en Chiapas es indígena; sin embargo, Canal 10 solo cuenta con un noticiario indígena que se transmite los martes y los jueves, cuya fuente principal son los comunicados de prensa elaborados por el Instituto de Comunicación Social. Las comunidades indígenas no son atendidas por la señal de Canal 10. Dentro de la reducida producción propia, existe un énfasis en difundir programas de cultura popular, sobre ferias, tradiciones artesanales y culinarias. La recomendación de ofrecer “otros” contenidos, Canal 10 intenta lograrlo a través de su noticiario y de algunos documentales. Los programas que tienen perfiles históricos y de diversidad social y cultural son retomados de televisoras de otros países o de otros institutos televisivos estatales de México.

De las 40 repetidoras con que contó Canal 10 en la administración estatal de 2000-2006, y que cubría el 60 por ciento de la geografía local (Martínez y Cortés, 2008), hoy solo posee cuatro repetidoras que transmiten en Tuxtla Gutiérrez, Tapachula, San Cristóbal de Las Casas y Comitán. Algunos usuarios pueden captar Canal 10 si viven en zonas urbanas, y si son suscriptores de sistemas de televisión por cable, porque algunas cableras incluyen dentro de su oferta, la programación de esta televisora. Las zonas rurales, en donde radica la población más pobre, está marginada de sus emisiones. En Chiapas, el 77.6 por ciento de los hogares cuenta con televisor, y el 43.1 por ciento con receptor de radio (Inegi, 2021),

porcentaje que la ubican dentro de las entidades con más bajo número de estos dispositivos en el país. En cuanto a las redes sociodigitales, Canal 10 mantiene presencia en Twitter, Instagram, Facebook y Youtube, pero no realiza producción propia para estas plataformas, y no es raro que no pueda colgar sus contenidos, por estar reñidos con derechos de autor. La interacción y el número de seguidores es limitado.

La pretensión de directivos y personal que labora en Canal 10 es contar con un medio público con presencia entre los televidentes, pero ha sido una tarea complicada. Las limitaciones están marcadas por varias características que han lastrado a los medios estatales, y que tienen como limitante una alta presencia gubernamental, un bajo presupuesto, equipo no actualizado y poca cobertura. Esto influye en la baja calidad de sus programas. Las noticias, por ejemplo, son elaboradas a partir de los comunicados oficiales, y de manera recurrente tienen que acudir a fotografías, por no contar con videos de las giras del gobernador o de los acontecimientos reseñados.

Colofón

A la llegada de la izquierda al gobierno en México, varios investigadores expresaron la oportunidad que se abría para el Estado de contar con medios realmente públicos (Esteinou Madrid, 2021; Trejo Delarbre, 2022); sin embargo, ha quedado claro que tampoco Morena tiene interés por brindar autonomía a los medios estatales. Por el contrario, han

sido utilizados como instrumentos de propaganda de manera abierta, con transmisiones en cadena nacional de las conferencias matutinas presidenciales, así como actos impulsados por el gobierno, entre otros la marcha del 27 de noviembre de 2022, a favor de la Cuarta Transformación, la cual se transmitió por los canales 11, 14, 21 y 22, además de las estaciones del IMER y de Radio Educación, consideradas por años como “los otros medios” por el perfil alternativo de su programación. En México no hay medios públicos, con las características que hemos analizado; hay, como indicó Martel (2018) para el régimen priista y panista, televisoras o radiodifusoras comunitarias, universitarias, estatales, religiosas o culturales.

El Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano ha demostrado que su misión principal es ser elemento centralizador de la propaganda oficial de la Cuarta Transformación. Si alguna vez se abrigaron esperanzas que este gobierno daría el paso necesario para convertir a los medios gubernamentales en medios públicos, con lo analizado se puede afirmar que el SPREM está sometido a las decisiones políticas que surgen de la Presidencia de la República. La llegada de Claudia Sheinbaum al gobierno federal puede marcar, desde luego, otra ruta. Por lo pronto, la denominación de medio público, usada con profusión por los políticos, es una etiqueta que acicala la imagen de la comunicación oficial. De ahí que los medios públicos sean en la práctica medios dependientes del gobierno, como sucede con Canal 10 del Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía.

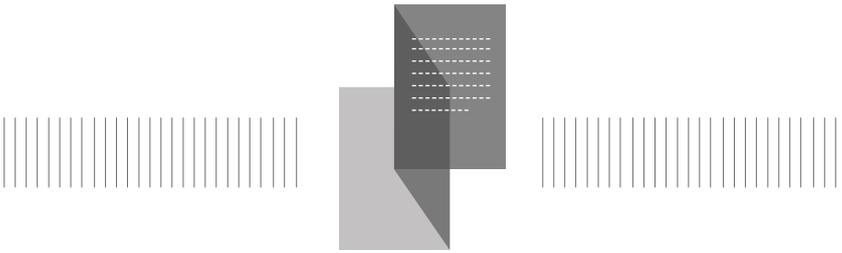
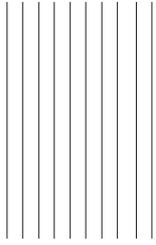
Mientras los medios públicos sean gestionados por políticos y sean ellos quienes ocupen los espacios de mayor audiencia, los medios estatales no cumplirán con su papel de servicio a la ciudadanía. En la televisión chiapaneca oficial hay directivos, guionistas, reporteros y productores creativos, pero no tienen el apoyo necesario. Si una de las características de los medios públicos es contar con equipo actualizado para emitir programas de calidad, el SCHRTC posee pocas herramientas y pocos estímulos para materializar sus contenidos con la calidad necesaria.

Hay una política de mantener a los medios públicos en la marginalidad, con presupuestos apenas suficientes para pagar sueldos. Canal 10 está atrapado por bajos presupuestos, falta de actualización de infraestructura y una caprichosa dependencia de las políticas gubernamentales. Es, además, una televisora que muta su línea editorial en cada gobierno. El Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión experimenta una doble subordinación; por un lado, a las autoridades federales, y por el otro, a las estatales. Por esa razón, la televisión ha sido foro de las conferencias presidenciales y, en sus tres emisiones del noticiario local, ha sido vocera de las actividades gubernamentales con principal protagonismo del gobernador de la entidad.

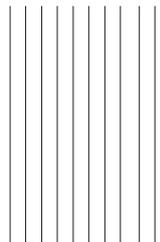
No basta una legislación robusta para mantener la operatividad y el cumplimiento de las responsabilidades de un medio público; es necesario, en democracias en construcción y frágiles como la mexicana, voluntad política de los gobernantes y fuertes contrapesos para sostener una línea editorial

independiente y un pluralismo que refleje el caleidoscopio político. Asimismo, se requieren recursos económicos y técnicos suficientes —con presupuestos establecidos por la legislatura local— que permitan producir contenidos que cubran la diversidad social, étnica y cultural de la entidad.

Mientras no haya recursos financieros adecuados, legislaciones sólidas, voluntad política y contrapesos efectivos, los medios estatales, como Canal 10, no asumirán con plenitud su papel de medios públicos al servicio de las audiencias; es más, estarán en peligro de desaparecer, y pocos notarán su ausencia, porque al paso de los años han acortado su alcance y el número de sus televidentes; sin embargo, urgen medios públicos, con alcance, con contenidos diversos y enfoques plurales, en entidades pluriculturales como Chiapas, en donde el internet está restringido a las zonas urbanas.



CONSIDERACIONES FINALES



El paralelismo político en Chiapas, que permitió a los actores políticos controlar a los medios de difusión por su dependencia económica del Estado, está en crisis, al abrirse nuevas formas de financiamiento para las publicaciones informativas y nuevos espacios de discusión en la esfera pública. Los emprendedores en el campo periodístico han encontrado otras vías de ingreso que permiten sostener sus publicaciones, las cuales son, a diferencia de lo que sucedía en la industria pesada de la información, proyectos básicamente individuales. Las redes sociodigitales, además, permiten que otros actores, no necesariamente del ámbito periodístico, expresen sus puntos de vista y expongan información que en los medios tradicionales serían vetados.

El primer rasgo de crisis del paralelismo político se evidenció en la administración de Pablo Salazar cuando al gobernador le fue imposible sacar de circulación al periódico *Cuarto Poder*. En esos años, otros protagonistas apoyaron a la publicación disidente, como lo fue el gobierno federal, encabezado por el PAN, que estableció convenios publicitarios con periódicos de provincia, así como el PRI, aún poderoso, que manejaba recursos para campañas electorales, además de empresarios y políticos que disintían del gobernador y dieron sustento a la publicación. La venta de ejemplares era otra vía de ingreso, en esa etapa dorada de los periódicos impresos en Chiapas.

El mayor uso de internet, la profusión de portales y blogs informativos complicaron el control del Estado sobre los periodistas. Ante la imposibilidad de perfilar la línea editorial de la totalidad de las publicaciones chiapanecas, el gobierno de

Juan Sabines Guerrero desarrolló campañas de difamación en contra de periodistas que desvelaban temas de corrupción y desaciertos financieros y políticos, como la bursatilización de las pensiones del ISSTECH y el aumento de la deuda pública. Las campañas de difamación, algunas de las cuales culminaron en procesos judiciales, fueron parte de una estrategia para amedrentar, debilitar y acallar las voces disidentes.

No es que el paralelismo político esté en sus últimos estertores, pero no permea de manera total en la prensa chiapaneca. Es más, ha menguado en el archipiélago de medios que, con información disruptiva y poco complaciente para el gobierno, pueden provocar tendencias de consumo contrarias al interés oficial.

A los gobiernos del siglo XXI se les ha complicado controlar los medios informativos. Los periódicos tradicionales, cada vez más debilitados por su baja presencia y circulación, se han plegado con facilidad a los intereses de las administraciones en turno, pero los medios nativos digitales, en su mayoría artesanales e individuales, son más esquivos a los mandatos oficiales. Además, los medios de la Ciudad de México, que están a un *click* en el teléfono celular, pueden publicar información que el gobierno pretende ocultar. Otro sector que ha cobrado relevancia son los usuarios de Facebook, Twitter-X, Youtube y Whatsapp que comparten información que no transitaría por medios financiados por el gobierno.

El paralelismo político está presente en los medios impresos tradicionales, ya que están obligados a obtener contratos publicitarios para pagar gastos generados en la industria pe-

sada de la información como talleres, oficinas y trabajadores técnicos, además de sueldos y prestaciones sociales de reporteros y editores. Sus páginas se convierten en foros del gobernador y funcionarios de primer nivel. Pero estos intereses y estas lealtades, como ha dicho el gobernador Pablo Salazar, solo son efectivos durante la gestión del gobernador, porque los medios en Chiapas no se venden, se alquilan. Juan Sabines Guerrero, por ejemplo, que otorgó contratos publicitarios a *Diario de Chiapas*, fue criticado por este periódico después de que dejó el cargo. El exgobernador demandó al diario por daño moral, sin haber obtenido respuesta favorable. En esa subordinación mediada por contratos con fecha de vencimiento, el funcionario —titular de dependencia, presidente municipal o gobernador— puede ser criticado cuando abandona el encargo por el medio que antes le dedicó textos laudatorios. Las lealtades no se prolongan más allá del término del mandato y de la fecha de caducidad de los convenios publicitarios.

A diferencia de otras etapas históricas en que los medios de difusión llegaban con lentitud, como la imprenta que se instaló en Chiapas a casi 300 años de la que se estableciera en la Ciudad de México, ahora los influjos globales en la comunicación son inmediatos, en una región mediática en donde un número creciente de habitantes pasa su tiempo de ocio en las redes sociodigitales, de las que recibe y difunde información sobre lo que sucede en su barrio, en su pueblo o ciudad. El escenario ha cambiado para el gobierno, que ha dejado de ser el proveedor principal de información, también para los empresarios que tienen nuevos competidores, y para los pe-

riodistas y fotoperiodistas, que viven condiciones laborales desmejoradas, pero a quienes se les ha abierto oportunidades para crear y posicionar plataformas informativas. No basta, por supuesto, con poseer una cuenta de noticias: hay que promoverla y proveerla de información útil para los usuarios. Muchas de esas páginas son abandonadas al poco tiempo o pasan inadvertidas; sin embargo, algunas consiguen seguidores y lectores.

El Estado, pese a estas nuevas posibilidades de financiamiento, sigue siendo el principal proveedor de recursos a los medios a través de las distintas oficinas de comunicación social, secretarías, organismos autónomos, Congreso del Estado, fiscalías, ayuntamientos, universidades, partidos políticos, Poder Judicial, diputaciones y senadurías.

Los nuevos financiadores, en este ecosistema digital, son las industrias de la atención como Google, Facebook o Youtube que ofrecen espacio a cualquier usuario y pagan por contenidos en un esquema autorreglamentado que permite a algunos periodistas vivir de esos ingresos. No es fácil lograrlo, porque hay que cumplir con las normatividades establecidas que suelen ser engorrosas y burocráticas. La otra opción para obtener recursos, que tampoco es fácil, porque hay que satisfacer los requerimientos de organismos internacionales, es acudir a fondeadoras de apoyo a comunicadores profesionales, ya sea para realizar trabajos periodísticos de largo aliento o para crear medios que provean información útil a la comunidad. Esos patrocinios eran impensables a fines del siglo pasado cuando el único sustentador era el Estado.

Los periódicos tradicionales están sus últimos momentos de existencia. El mayor debilitamiento lo vivieron en la pandemia, cuando acotaron su circulación y número de páginas, que no han podido recuperar, y lo más probable es que no lo logren, aun cuando no eran tirajes extraordinarios. Hoy la mayoría no imprime más de mil ejemplares. Philip Meyer (2004) pronosticó que los periódicos desaparecerán del mundo en el año 2044. En América Latina será para mediados de los treinta. Eso dependerá, apunto, del talante de los gobernantes, sobre todo en una entidad como la nuestra en que los medios impresos viven de los convenios publicitarios. Si se paga por editar ejemplares, seguirán imprimiéndose, aunque su circulación esté restringida a las oficinas gubernamentales.

La chiapaneca no es una prensa totalmente maniatada, es una prensa con características de periodismo profesional. La incorporación de egresados de carreras en comunicación y licenciaturas afines abrió espacios al manejo de otros géneros periodísticos, lo que permitió alejarse de la noticia editoria-lizada, como era común, y de las columnas. Aparecieron las noticias redactadas desde la perspectiva de la objetividad del periodismo norteamericano, y desde otros formatos como la entrevista o, en ocasiones, el reportaje.

Esto no quiere decir, en el caso de Chiapas, que no subsistan varios modelos, o estos dos modelos: el paralelismo político, como paisaje mayor, pero con atisbos y esfuerzos de periodismo profesional, impulsado por comunicadores y por usuarios de las redes sociodigitales. La prensa chiapaneca ha tenido momentos de destellos críticos. No todo ha sido uniformidad. Existieron pu-

blicaciones que transparentaron las actividades gubernamentales. Algunas fueron financiadas por grupos de poder momentáneamente expulsados de las administraciones en turno. Sucedió en el siglo XIX. Se vivió en el siglo XX. No es una prensa, que de manera sistemática, ejerza la crítica y el contrapeso a los gobiernos, pero sí ha tenido momentos de congruencia periodística. Así como han existido en el periodismo chiapaneco periodistas que difaman, también los hay honestos; así como han abundado los que redactan con faltas de ortografía y sin conocimiento mínimo de la sintaxis, están los periodistas que se preocupan por escribir textos atractivos y fundamentados. Son los menos, pero se debe destacar que la uniformidad total en el periodismo no ha existido, ni siquiera en el siglo XIX, cuando era más fácil someter a la prensa y convertirla en coro de las voces oficiales. A veces un personaje enemistado con el poder político local financió publicaciones; en otras ocasiones, fueron escritores, intelectuales o académicos que fundaron revistas o periódicos para contribuir al debate público. La aportación ha sido marginal, porque el grueso de las publicaciones chiapanecas ha sido parte del paralelismo político.

La prensa en Chiapas no se ha caracterizado por su total uniformidad, sino por la coexistencia de diferentes miradas y concepciones sobre el quehacer periodístico y político; de lo contrario no se reconocerían los esfuerzos de publicaciones que expresaron otras posturas e intereses diferentes a la versión oficial. Tampoco han concebido de la misma manera el periodismo los reporteros que los columnistas o empresarios. Hay más uniformidad, por ejemplo, entre estos últimos hacia

un modelo de paralelismo político, que entre los reporteros, quienes en esas ingeniosidades del débil logran colocar una versión alternativa de los acontecimientos. A veces sus textos no son publicados, pero han intentado romper el paralelismo político, y a partir del uso extensivo de internet han colocado sus propias versiones a través de blogs o redes sociodigitales. Una reportera, por ejemplo, tenía un blog titulado Las no publicadas, en donde colocaba para el consumo público, los textos que habían sido rechazadas en su periódico.

El columnismo merece un espacio especial porque es quizá el género más practicado y el que más trasciende en el ambiente político. Omar Raúl Martínez escribió que las columnas periodísticas eran auténticas parcelas de poder:

Salvo excepciones, en vez de informar, en el mejor de los casos, publican versiones unilaterales, sin confirmar o cotejar la información. En el peor de los escenarios, manipulan, tergiversan datos, publican medias verdades y medias mentiras, destruyen y construyen honras y sueltan rumores, de tal manera que hasta se les califica de francotiradores de la prensa. Así, dueños de un poder inverosímil, los columnistas, o sus jefes o patrones, son tentados por los hombres del poder, y la columna pasa del reino de la verdad al mundo de la falacia y el sofisma (2000, marzo-abril).

Dueños de una parcela, de una voz con ramificaciones clientelares, el columnista sirve a los poderes con los que negocia, de ahí que las columnas se hayan multiplicado. A principios de siglo en la Ciudad de México se editaban 19 diarios, con un total de 50 columnas; en Veracruz, con nueve diarios, había 78 columnas, y en Chiapas, con 23 diarios, 115 columnas.

Por otro lado, hay dos secretos que se guardan en la caja fuerte de los periódicos chiapanecos: la cantidad real de subvención que reciben y el tiraje de ejemplares. Sobre el primero, los directivos intentan mostrar una cifra inferior o de plano negarla, y sobre el segundo, aumentarla hasta números sospechosos, que no se sostendrían en un análisis medianamente serio. No existe un verificador de medios que dé cuenta del número real de periódicos impresos por edición, de suscripciones o invendidos. Este celo por no revelar el tiraje efectivo de ejemplares tiene el propósito claro de incidir en las negociaciones de convenios publicitarios con el gobierno.

En el ecosistema informativo de Chiapas ha irrumpido un actor que no era tomado en cuenta: el lector, que ha encontrado en las redes sociodigitales el espacio idóneo no solo para consumir productos de comunicación, sino también para colaborar, participar, compartir y presionar, tanto a autoridades como a periodistas, a brindar un mejor manejo informativo. Las noticias de enfrentamientos violentos, actos de corrupción y protestas sociales llegan en primer lugar por usuarios, muchas veces desconocidos, que en poco tiempo viralizan sus contenidos, y que deben ser retomados por los medios administrados por periodistas.

Este libro, evidentemente, presenta huecos y temas por abordar, como la presencia cada vez más importantes de las mujeres, la expansión y alcance de los medios digitales, el desarrollo de la radio y de la televisión, el uso de internet para informarse, el comportamiento de prosumidores en las redes sociodigitales, la condición actual de los comunicadores

profesionales, la situación de los periodistas de frontera, la creación de las microesferas de opinión pública, entre otras cuestiones por explorar en esta región austral de México. Los problemas están ahí, falta estudiarlos. La nueva generación de investigadores del campo de la comunicación tendrá, con seguridad, respuestas para estos y otros temas emergentes.

Fuentes de información

Acevedo Martínez, Arcadio (2 de octubre de 2007). Minifaldas. *El Periodismo en Chiapas*.

Aceves González, Francisco de Jesús (julio-diciembre de 2009). “Elecciones, medios y publicidad política en América Latina: los claroscuros de su regulación”. *Comunicación y Sociedad*.

Aguayo, Sergio (13 de agosto de 2007). Primer Plano. *Canal 11*.

Álvarez, Jesús Timoteo (1981). *Restauración y prensa de masas: los engranajes de un sistema (1875-1883)*. Ediciones Universidad de Navarra.

Apro (25 de noviembre de 2012). Represión al estilo Sabines.

Armada, Alfonso (18 de septiembre de 1992). Un periódico es como el pan. *El País*. https://elpais.com/diario/1992/09/19/sociedad/716853609_850215.html

Avenidaño Villafuerte, Amado (25 de septiembre de 2007). El nuevo traje del Emperador. *El Periodismo en Chiapas*.

Balboa, Juan (11 de febrero de 1998). El chayo sigue siendo amo y señor de la mayoría de los periodistas. <http://www.ecn.org/estroja/tiemp6-5.htm>

Barbosa, Francisco (9 de mayo de 1998). Preparan cárcel para 13 reporteros y los que se acumulen esta semana. *Cuarto Poder*.

Bardin, Laurence (2002). *Análisis de contenido*. Akal Ediciones.

Bellinghausen, Hermann (11 de agosto de 2006). 1968-1998: El Tiempo de San Cristóbal. *La Jornada*.

Berlín Villafaña, Irving (diciembre de 2006). “México: campañas electorales americanizadas”. *Chasqui*.

Buendía, Manuel (1988). *El oficio de informar*. Fundación Manuel Buendía.

Campos, Francisco (2009). Modelos de televisión pública europea y latinoamericana. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación* (108).

Carrillo Caloca, Víctor (16 agosto de 2011). Pleito de bolos. *Tinta Fresca*.

Castillo, Graciela (marzo de 2004). Derechos humanos y periodismo: una historia chiapaneca. *Zócalo*.

Centro de Derechos Humanos Fray Bartolomé de Las Casas (3 de mayo de 2005). La libertad de prensa es atacada en Chiapas. Comunicado de prensa.

Chacatorex (4 de noviembre de 2011). Reprimen y hostigan a periodistas independientes y medios alternativos de Chiapas. <http://chacatorex.blogspot.com/2010/11/reprimen-y-hostigan-periodistas.html>

Chiapas Central (23 de marzo de 2011). ¡Alerta, Alerta, grita Pablo Salazar! <http://chiapascentral.blogspot.com/2011/03/>

Chiapas Central (28 de marzo de 2011). ¿Qué es el Centro de Derechos Humanos Fray Bartolomé de Las Casas? http://chiapascentral.blogspot.mx/2011_03_01_archive.html.

Chiapas Central (25 de abril de 2011). El gobierno de Chiapas respeta a los indígenas. http://chiapascentral.blogspot.mx/2011_04_01_archive.html.

Chiapas Paralelo (12 de julio de 2018). Comunicadores piden se garantice derechos laborales de reporteros y reportera despedidos.

Chiapatuit (4 de noviembre de 2010). Reprimen y hostigan a periodistas de Chiapas”, en <http://chiapatuit.net/2010/11/04/reprimen-y-hostigan-a-periodistas-independientes-y-medios-alternativos-de-chiapas/>

Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2000). Declaración de principios sobre libertad de expresión. <https://www.cidh.oas.org/basicos/declaracion.htm>

Coordinación de Comunicación Social del Gobierno del Estado de Chiapas (30 de abril de 2004). Comunicado de prensa.

Coordinación de Comunicación Social del Gobierno del Estado de Chiapas (9 de junio de 2008). Comunicado de prensa.

Corral, Javier (5 de enero de 2014). “Propaganda, impunidad y pobreza”. *Homozapping*. <http://homozapping.com.mx/2014/01/propaganda-impunidad-y-pobreza/>

Cortazar, Saraín (16 de diciembre de 1966). *El Tempenchile*.

D’Arma, Alessandro; Raats, Tim & Steemers, Jeanette (2021). Public service media in the age of SVoDs: A comparative study of PSM strategic responses in Flanders, Italy and the UK. *Media, Culture & Society* (43).

De la Cruz Jiménez, Conrado (8 de octubre de 2002). Denuncia. *Cuarto Poder*.

De la Cruz Jiménez, Conrado (7 de mayo de 2003). Carta pública. *Cuarto Poder*.

De los Santos, Sandra (22 de julio de 2013). Se gastó más en comunicación que en protección civil con Sabines. *Chiapas Paralelo*.

De los Santos Chandomí, Sandra (15 de octubre de 2003). Despiden y amenazan a periodista del *Diario de Chiapas*. *Cimac*.

Delios, René (4 de febrero de 2004). Tubo de ensayo. *Expreso Chiapas*.

Delios, René (10 de junio de 2007). Tubo de ensayo. *Asich. Diario de Chiapas* (31 de enero de 2014). Sabines ataca a *Diario de Chiapas*.

Diario El Meridiano. (30 de junio de 2011). El caso de Isáin Mandujano, el recuento final.

Diario Judío (24 de junio de 2011). Atacan brutalmente al periodista Jacobo Elnecavé, colaborador de OLADD. <https://diariojudio.com/noticias/internacionales/atacan-brutalmente-al-periodista-jacobo-elnecave-colaborador-de-oladd/80649/>

Díaz Flores, Marijose, y Ramírez Molina, Irma (3 de mayo de 2016). Carta pública al gobernador. Facebook.

Domínguez Cortés, Roberto (9 de febrero de 2014). Hojas libres. *Revista Impactos*.

Domínguez Cortés, Roberto, y León Montoya, Walter (5 de marzo de 2013). Carta pública. *Reforma*.

Donders, Karen (2019). Public service media beyond the digital hype: distribution strategies in a platform era. *Media Culture & Society* (41).

El Informador (19 de mayo de 2010). Grupo Salinas compra a Jaguares de Chiapas. <http://www.informador.com.mx/deportes/2010/202538/6/grupo-salinas-compra-a-jaguares.htm>.

El Orbe (22 de octubre de 2005). Pablo Salazar... ¿hasta cuándo?

El Orbe (6 de noviembre de 2005). Repudian senadores y diputados federales las agresiones al C.P. Enrique Zamora Cruz.

El periodismo en Chiapas (3 de octubre de 2008). *Club de Periodistas de Chiapas nombra padrinos a Sabines y esposa*.

El Periodismo en Chiapas (29 de octubre de 2011). Joaquín Sabina critica la uniformidad de la prensa en Chiapas. <http://elperiodismoenchiapas.blogspot.com/2011/10/>

Elizondo Mayer, Carlos (23 de julio de 2013). El trabajo más difícil. *Debate*.

Emeequis (18 de mayo de 2016). “Chiapas es el único estado sin informar lo que gastó en publicidad durante la visita del Papa”. *Emeequis*.

Espinosa Mandujano, Javier (2024). *Contribución a la historiografía de Chiapas*. Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.

Esteinou Madrid, Javier (2021). “Los medios de comunicación públicos en la Cuarta Transformación de México” (pp. 15-40), en Martel, L (coord.). *El imaginario de lo público en la radio*. Universidad Veracruzana,.

European Broadcasting Union (2023). Diversity, equity and inclusion. <https://www.ebu.ch/diversity>

Facultad de Humanidades (1998). Encuesta realizada por estudiantes de la Licenciatura en Comunicación. Universidad Autónoma de Chiapas.

Fernández Christlieb, Fátima (1982). *Los medios de difusión masiva en México*. Juan Pablos Editor.

Fernández Christlieb, Fátima (1992). *La radio mexicana, centro y regiones*. Juan Pablos Editor.

Fernández Ruiz, Tiburcio (18 de abril 18 de 1922). *Evolución*.

Figueroa, José (2 de enero de 2008). Café Avenida. *El Heraldo de Chiapas*.

Flores Mérida, Antony (30 de septiembre de 2010). Deuda pública en Chiapas, la más alta en 16 años. *Infochiapas*. <http://www.infochiapas.com/2010/09/deuda-publica-de-chiapas-las-mas-alta-en-16-anos>

Flores Mérida, Antony (2019) Periodismo digital en Chiapas: tipos de medios de comunicación digitales y relaciones con actores políticos estatales. *Virtualis* (19).

Foro de Periodistas Chiapanecos. *Pronunciamiento por el despido de periodistas*. 24 de julio de 2018. Facebook.

Foucault, Michel (1979). *Microfísica del poder*. Edissa.

Freedman, Des (2019). “Public Service” and the Journalism Crisis: Is the BBC the Answer? *Television & New Media* (20).

Fuentes Berain, Rossana (octubre-noviembre de 2001). Prensa y poder político en México. *Razón y Palabra*, (23).

Fuenzalida, Valerio (2005). *Expectativas educativas de las audiencias televisivas*. Grupo Editorial Norma.

García Scherer, Julio y Monsiváis, Carlos (2003). *Tiempo de saber: prensa y poder en México*. Aguilar.

Garmabella, José Ramón (1982). *¡Reportero de policía! (el Güero Téllez)*. Ediciones Océano.

Gobierno del Estado de Chiapas 1988-1994 (1988). *Plan de Gobierno 1988-1994*. Talleres Gráficos del Gobierno del Estado de Chiapas.

Gobierno del Estado de Chiapas 2001-2006 (2001). *Plan de Desarrollo Chiapas 2001-2006*. Talleres Gráficos de Gobierno del Estado de Chiapas.

Gobierno del Estado de Chiapas 2006-2012(7 de mayo de 2007). Convenio Gobierno del Estado de Chiapas y Televisión Azteca”.

Gobierno del Estado de Chiapas 2006-2012 (9 de marzo de 2007). Contrato entre Gobierno del Estado de Chiapas y Televisa, S.A. de C.V.

Gómez Castellanos, Rodolfo M.; Ortiz Marín, Ángel Manuel, y Molina Hernández, José Luis (septiembre-diciembre de 2011). “El análisis de la publicidad política desde la perspectiva de los estudios culturales”. *Revista Espacios Públicos de la Universidad Autónoma del Estado de México*.

Gómez García, Rodrigo (2009). Panorama internacional de los sistemas de radiodifusión de servicio público. Vectores del pluralismo democrático, la diversidad y la producción cultural. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* (51).

Gómez Maza, Francisco (19 de agosto de 2008). Prensa vendida. *El Periodismo en Chiapas*.

Gómez, Rodrigo (2020). El rol del Estado en el Sistema de Medios Mexicano 2013-2018. Punto de partida para una agenda de investigación. *Comunicación y Sociedad*.

González Alonso, Miguel (3 de febrero de 2005). “¿Arriba las manos? O mal informado”. *Cuarto Poder*.

Granados Roldán, Otto (1 de octubre de 2011). ¿Virreyes o gobernadores? *Nexos*.

Gutiérrez, Óscar (13 de mayo de 2008). Exigen periodistas garantías a gobierno de Chiapas. *El Universal*.

Hallin, Daniel, y Mancini, Paolo (2007). *Sistemas mediáticos*

comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política. Editorial Hacer.

Hernández Ramírez, Edgar (1 de julio de 2003). Periodismo devastado y precariedad laboral. *Xmedios*.

Inegi (2021). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y uso de tic en hogares. Endutih 2020.

Instituto Mexicano para la competitividad (1 de junio de 2013). Índice de competitividad nacional.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (15 de mayo de 2014). Estadísticas a propósito del Día Mundial de Internet.

Krauze, Enrique (2002). *La presidencia imperial*. Tusquets.

Ksheratto, Ángel Mario (7 de enero de 2008). Fichero político. *Cuarto Poder*.

Ksheratto, Ángel Mario (9 de enero de 2008). Fichero político. *Cuarto Poder*.

La Voz del Sureste (3 de enero de 1992). Asesinan al periodista Fernando Preciado. Tuxtla Gutiérrez.

Leñero, Vicente (1978). *Los periodistas*. Joaquín Mortiz.

Lestón-Huerta, Tania, Goyanes, Manuel y Mazza, Bárbara (2021). ¿Qué hemos aprendido sobre la radiodifusión de servicio público en el mundo? Una revisión sistemática de la literatura y sugerencias para Investigaciones futuras. *Revista Latina de Comunicación Social* (79).

Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (14 de julio de 2014). México.

Loeza, Soledad (2010). “La metamorfosis del Estado: del jacobinismo centralizador a la fragmentación democrática” en Ordorica, Manuel y Prud’homme, Jean François (coords). *Los*

grandes problemas de México (pp. 23-70). Colegio de México.

Lombardo, Irma (1992). *De la opinión a la noticia. El surgimiento de los géneros informativos en México*. Kiosko.

López Arévalo, José (9 de junio de 2007). Línea Sur. *Este Sur*.

López Arévalo, José (1 de agosto de 2011). Línea Sur. *Este Sur*.

López Arévalo, José (4 de diciembre de 2011). Línea Sur. *Este Sur*.

López Arévalo, José (21 de diciembre de 2011). Línea Sur. *Este Sur*.

López Arévalo, José (3 de enero de 2012). Línea Sur. *Este Sur*.

López Arévalo, Julio, y Vera, Rodrigo (17 de enero de 1994). México y el mundo se informaron de la sublevación por el modesto diario Tiempo. *Proceso*.

López Bautista, Julieta (1999). *Origen, desarrollo y actualidad de La Voz del Sureste, diario local de Tuxtla Gutiérrez (1949-1997)*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Humanidades de la Universidad Autónoma de Chiapas.

Mancilla Herrera, Roberto (28 de julio de 1985). Minimalia. *La Voz del Sureste*.

Mandujano Camacho, Isaín (4 de febrero de 2003). Diez años de impunidad del periodista Roberto Mancilla. *Apro*.

Mandujano Camacho, Isaín (25 de abril de 2004). “*Cuarto Poder vs. Gobierno de Chiapas*”. *Este Sur*.

Mandujano Camacho, Isaín (3 de mayo de 2005). Periodistas chiapanecos por abrogar la reforma al código penal que limita el ejercicio de la libertad de expresión. *Apro*.

Mandujano Camacho, Isaín (6 de febrero de 2006). Se pronuncia el CPJ por Ksheratto. *Apro*.

Mandujano Camacho, Isaín (1 de diciembre de 2006). Desaires y retrocesos. *Etcétera*.

Mandujano Camacho, Isaín (20 de febrero de 2007). Abusan de reportera en Chiapas. *El Periodismo en Chiapas*.

Mandujano Camacho, Isaín (24 de junio de 2011). ¿Qué está pasando en Chiapas en torno a los periodistas Ángeles Mariscal e Isaín Mandujano? *Revista Mexicana de Comunicación*.

Mandujano Camacho, Isaín (26 de junio de 2011). ¿Qué está pasando en Chiapas? http://www.statuspuebla.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=6663:i-que-esta-pasando-en-chiapas&catid=56:testimoniales&Itemid=57.

Mandujano Camacho, Isaín (10 de julio de 2012). Manuel Velasco gastó más de mil MDP en su campaña: PRD. México: *Proceso*.

Marín Ortega, Sergio Armando (20 de noviembre de 2011). Bienvenida la creación de la Casa Refugio del Periodista en Chiapas.

Marín, Carlos (2 de febrero de 2005). El asalto a la razón. *Milenio*.

Marín, Carlos (4 de febrero de 2005). El asalto a la razón. *Milenio*.

Mariscal, Ángeles (21 de abril de 2007). Chiapas: caen dos implicados en muerte de periodista en 1993. *La Jornada*.

Mariscal, Ángeles (17 de diciembre, 2013). “Los gastos inútiles de Manuel Velasco”. *Chiapas Paralelo*.

Márquez Ramírez, Mireya & Guerrero, Manuel (2017). Clientelism and media captura in Latin America. In Schiffirin,

A. ed. *In the Service of Power: Media Capture and the Threat to Democracy*. CIMA.

Márquez, Martha (octubre-noviembre de 2003). “Democracia, campañas electorales y publicidad política”. *Razón y Palabra*.

Martell Gámez, Lenin (2018). Políticas neoliberales y radio-difusión estatal en México. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, (9).

Martínez Mendoza, Sarelly (2004). *La prensa maniatada. El periodismo en Chiapas de 1827 a 1958*. Fundación Manuel Buendía-Gobierno del Estado de Chiapas.

Martínez Mendoza, Sarelly y Cortés, Héctor (2008). *Historia de las Sintonías. La radio y la televisión estatal en Chiapas*. Gobierno del Estado de Chiapas.

Martínez, Israel (30 de diciembre de 2013). “La publicidad de Manuel Velasco”. *Milenio Diario*.

Martínez, Omar Raúl (marzo-abril de 2000). Los columnistas y el poder. *Revista Mexicana de Comunicación*.

Matus, Juliana; Villar, Hugo; Martínez, Sarelly; Cordero, Francisco y Ledesma, Patricia (2009). *La condición del periodista en Chiapas*. Fundación Manuel Buendía.

McQuail, Dennis (1998). *La acción de los medios*. Amorrortu.

Mejía Barquera, Fernando (1989). *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*. Fundación Manuel Buendía.

Melgar, Sergio (3 de agosto de 2003). Con la piedra en el zapato. *Cuarto Poder*.

Melgar Recinos, Sergio (8 de octubre de 2009). Una piedra en el zapato. *Código Sur*.

Meyer, Philip (2004). *The Vanishing Newspaper*. University of Missouri Press.

Meza, Silver (21 de noviembre de 2009). Gobernador, nuevos virreyes: Macario Schettino. *Noroeste*.

Molina, Palemón (17 de julio de 1913). *El defensor del pueblo*.

Morena (2012). Programa del Movimiento de Regeneración Nacional. Por qué luchamos.

Müller, María José, Martínez Costa, María del Pilar y Villar, Marta (2020). La expansión del podcast en la radio pública: estudio comparado de Radio Nacional Argentina y Radio Nacional de España (2019). *Hipertext.net* (20).

Mural Chiapas (2 de febrero de 2016). Se planta comunicar en huelga de hambre frente a la sede del gobierno de Chiapas. <https://muralchiapas.com/index.php/noticias/estatal/5905-se-planta-comunicador-en-huelga-frente-a-la-sede-del-gobierno-de-chiapas>

Negrine, Ralph, y Stylianos Papapathanassopoulos (1996). *The “Americanization” of Political Communication*. Harvard College.

Orozco, Guillermo y Hernández, Francisco (2006). Experiencias y desarrollo de la radiotelevisión de servicio público en América Latina, en Unesco: *Radiotelevisión de servicio público: un manual de mejores prácticas*. Oficina de la Unesco para América Central, pp. 42-72.

Pasquali, Antonio (2005). *Ensayos sobre Comunicaciones*. Random House Mondadori.

Pensamiento, Daniel (27 de abril de 2000). Albores instruye decir que Labastida ganó el debate. *Reforma*.

Połońska, Eva & Beckett, Charlie (2019). *Public Service Broadcasting and Media Systems in Troubled European Democracies*. Palgrave-Macmillan.

Pulido, Luis Daniel (11 de junio de 2007). Desarrollo, anexas y etcéteras. *El Periodismo en Chiapas*.

Rabasa, Emilio (1985). *El cuarto poder. Moneda Falsa*. Editorial Porrúa.

Reforma (15 de enero de 2013). “Pierde” Sabines mil millones de pesos.

Reporteros Sin Fronteras (10 de febrero de 2006). De nuevo en libertad con fianza el periodista chiapaneco Ángel Mario Ksheratto. <https://rsf.org/es/de-nuevo-en-libertad-con-fianza-el-periodista-chiapaneco-angel-mario-ksheratto>

Rico, Maité (26 de julio de 1994). Herido en un extraño accidente el candidato del PRD en Chiapas. *El País*. https://elpais.com/diario/1994/07/27/internacional/775260013_850215.html

Rincón, Julio César (4 de enero de 2006). “Siniestro pasado: denuncian abusos y exigen alto al acoso”. *Cuarto Poder*.

Rincón, Omar (comp.). (2001). *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Convenio Andrés Bello. <https://bit.ly/3Q-QNu4O>

Robles Maloof, Jesús (diciembre de 2013). “El gobernador de Chiapas gastó 10 millones de dólares en propaganda personalizada, la cual está prohibida por la ley”. *Pijama Surf*. Extraído de <http://pijamasurf.com/2013/12/te-indigno-la-multimillonaria-propaganda-del-politico-manuel-velasco-llena-una-queja/>

Romero, Enrique (2 de julio de 2009). Candidato contra comunicadores. *El Periodismo en Chiapas*.

Romo, Cristina (1990). *La otra radio: voces débiles, voces de esperanza*. Fundación Manuel Buendía.

Rosiles Salas, Javier (24 de noviembre de 2011). Sabines-TV Azteca: tándem soñado. *Sin Embargo*.

Ruiseñor Esquinca, Carlos (6 de julio de 1965). Sobre la libertad de expresión. *La Tribuna*.

Ruiseñor Esquinca, Carlos (1994). *El precio de la noticia. Crónica de medio siglo 1944-1994*. Editorial Diálogo.

Salazar Mendiguchía, Pablo (29 de noviembre de 2006). Discurso en la inauguración del Hospital Vida Mejor para los Trabajadores del Gobierno del Estado de Chiapas.

Salazar Mendiguchía, Pablo (8 de mayo de 2008). Carta privada.

Salazar Mendiguchía, Pablo (4 de diciembre de 2011). Carta privada.

Salazar Mendiguchía, Pablo (2024). *El territorio del no poder*. Editorial Lapislázuli.

Samayoa Arce, Amet (14 de enero de 2007). Tarot político. *El Periodismo en Chiapas*.

Sánchez García, Francisco Javier (10 de febrero de 2016). Carta abierta. *Reforma*.

Sánchez, Abenamar (12 de julio de 2006). La situación de los periodistas en Chiapas. <http://elperiodismoenchiapas.blogspot.com/2006/07/la-situacin-laboral-de-los-periodistas.html>

Santiago Castillo, Javier (22 de enero de 2017). “PEPJ incita campañas subrepticias”. *Milenio Diario*.

Scherer García, Julio y Monsiváis, Carlos (2003). *Tiempo de saber. Prensa y poder en México*. Aguilar.

Schiffrin, Anya (ed.). (2017). *In the Service of Power: Media Capture and the Threat to Democracy*. Centre for International Media Assistance.

Schlesinger, Philip (2020). After the post-public sphere. *Media, Culture & Society*, (42).

Schulz, Anne; Levy, David & Kleis, Rasmus (2019). Old, educated and politically diverse: *The audience of public service news*. Reuters Institute-University of Oxford.

Screti, Francesco (noviembre 2011-enero de 2012), “Publicidad y propaganda: terminología, ideología e ingenuidad”. *Razón y Palabra*.

Sehl, Annika (2020). Public service media in a digital media environment: Performance from an audience perspective. *Media and Communication*, (8).

Serrano Castillejos, Julio (7 de diciembre de 1985). De dulce, de chile y de manteca. *La Voz del Sureste*.

Serrano Castillejos, Julio (3 de junio de 1988). De dulce, de chile y de manteca. *La Voz del Sureste*.

Serrano Castillejos, Julio (13 enero 13 de 1994). De dulce, de chile y de manteca. *La Voz del Sureste*.

Simons, Helen (2011). *El estudio de Caso: teoría y práctica*. Ediciones Morata.

Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía (s/f). Criterios para garantizar la independencia editorial en los medios públicos que integran el Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía. <https://bit.ly/3XJTqz2>

Sistema Chiapaneco de Radio, Televisión y Cinematografía (s/f). Código de ética del Sistema Chiapaneco de Radio,

Televisión y Cinematografía. <https://bit.ly/3HhbbZH>

Solórzano López, Augusto (21 de julio de 2003). Carta abierta. *La Foja Coleta*.

Subcomandante Marcos (diciembre de 2013). “De la muerte y otras coartadas”. *Enlace Zapatista*. Extraído de <http://enlacezapatista.ezln.org.mx/2013/12/22/rebobinar-2-de-la-muerte-y-otras-coartadas/>

Terra (19 de diciembre de 2013). “Gobernador de Chiapas y su campaña política anticipada para 2018”.

Toussaint, Florence (2018). TV pública en la transición digital. *Global Media Journal México* (28).

Trejo Delarbre, Raúl (2008). *Televisión y educación para la ciudadanía*. Cal y Arena.

Trejo Delarbre, Raúl (2022). Entre la extinción y la reconversión: ¿por qué la radio se escucha cada vez menos? *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* (67).

Unesco (2006). *Radiotelevisión de servicio público: un manual de mejores prácticas*. Oficina de la Unesco para América Central.

Vargas Llosa, Mario (31 de agosto de 1990). México es la dictadura perfecta. *El País*.

Vergara, Rosalía (10 de diciembre de 2014). “Denunciará AMLO a Manuel Velasco por gasto ‘excesivo’ en publicidad”. *Proceso*.

Villafuerte, Concepción (20 de octubre de 2005). Carta abierta. *La Foja Coleta*.

Villalva Sánchez, Rodolfo (28 de octubre de 2005). Detienen a dueño del diario El Orbe, de Chiapas. *La Jornada*.

Villamil, Jenaro (2009). *Si yo fuera presidente, el reality show de Peña Nieto*. Grijalbo.

Villamil, Jenaro (2012). *Peña Nieto: el gran montaje*. Grijalbo.

Villamil, Jenaro (29 de noviembre de 2012). TV Azteca se apodera de Chiapas. *Proceso*.

Villamil, Jenaro (1 de mayo de 2013). Juan Sabines y TV Azteca, el derroche fraudulento en publicidad. *Homozapping*. <http://homozapping.com.mx/2013/05/juan-sabines-y-tv-azteca-el-derroche-fraudulento-en-publicidad/>

Villamil, Jenaro (24 de diciembre de 2013). *El ridículo de Manuel Velasco*. *Proceso*.

Villamil, Jenaro (2015). *La caída del telepresidente*. Grijalbo.

Villamil, Jenaro (8 de mayo de 2016). EU: investigan las cuentas oscuras del consorcio Televisa. *Proceso*.

Villar Pinto, Hugo (2013). *¿Qué hacemos con Canal 10? La televisión chiapaneca contra la pared*. Universidad Autónoma de Chiapas-Cecol.

Zamora Cruz Enrique (1 de noviembre de 2005). Intimidación y mal trato en mi contra. *El Orbe*.

Zenteno, Raymundo (30 de noviembre de 2012). Carta de Radiombligo al gobernador Juan Sabines.

Zovatto, Daniel (enero-febrero de 2007). “América Latina después del ‘rally’ electoral 2005-2006: algunas tendencias sobresalientes. *Revista Nueva Sociedad*.

Zuckerman, Leo (1 de agosto de 2011). Los señores feudales van a querer garantías. *Nexos*.

Índice

INTRODUCCIÓN	7
UNO	
LA PRENSA CHIAPANECA EN LOS SIGLOS XIX Y XX	17
DOS	
PABLO SALAZAR MENDIGUCHÍA Y SUS RÍSPIDAS RELACIONES CON LA PRENSA	49
TRES	
JUAN SABINES GUERRERO, NUEVAS FORMAS DE CONTROL A LA PRENSA	87
CUATRO	
MANUEL VELASCO COELLO, EN CAMPAÑA PERMANENTE	131
CINCO	
RUTILIO ESCANDÓN CADENAS Y LOS MEDIOS GUBERNAMENTALES	167
CONSIDERACIONES FINALES	203
FUENTES DE INFORMACIÓN	215



Prensa y Estado ten el siglo XXI:
Relaciones de poder en Chiapas

Sarely Martínez Mendoza

Para su composición tipográfica se emplearon las familias: Linux Libertine regular 12 pts, Acumin Variable Concept 12 pts, Stag medium 12 pts. La primera edición consta de 300 ejemplares, en impresión digital y en papel cultural 90 grs.

Primera edición: febrero 2025

Hay dos secretos que se guardan en la caja fuerte de los periódicos chiapanecos: la cantidad real de subvención que reciben y el tiraje de ejemplares. Sobre el primero, los directivos intentan mostrar una cifra inferior o de plano negarla, y sobre el segundo, aumentarla hasta números sospechosos, que no se sostendrían en un análisis medianamente serio. No existe un verificador de medios que dé cuenta del número real de periódicos impresos por edición, de suscripciones o invendidos. Este celo por no revelar el tiraje efectivo de ejemplares tiene el propósito claro de incidir en las negociaciones de convenios publicitarios con el gobierno.

En el ecosistema informativo de Chiapas ha irrumpido un actor que no era tomado en cuenta: el lector, que ha encontrado en las redes sociodigitales el espacio idóneo no solo para consumir productos de comunicación, sino también para colaborar, participar, compartir y presionar, tanto a autoridades como a periodistas, a brindar un mejor manejo informativo. Las noticias de enfrentamientos violentos, actos de corrupción y protestas sociales llegan en primer lugar por usuarios, muchas veces desconocidos, que en poco tiempo viralizan sus contenidos, y que deben ser retomados por los medios administrados por periodistas.

