



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DOCTORADO EN PERIODISMO: NUEVOS ESCENARIOS

TÍTULO DE LA TESIS DOCTORAL

“LA PRENSA MEXICANA Y SU EVOLUCIÓN DEL PAPEL A LAS PLATAFORMAS
WEB Y MÓVIL PARA LA DISTRIBUCIÓN MÚLTIPLE DE SUS NOTICIAS. EL
CASO DE *EL IMPARCIAL* DE HERMOSILLO (1937-2014).”

DOCTORANDO: CUAHUTÉMOC GONZÁLEZ VALDEZ


DIRIGIDA POR:

DRA. MARÍA ÁNGELES CABRERA GONZÁLEZ



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

AUTOR: Cuahutémoc González Valdez

 <http://orcid.org/0000-0003-4801-122X>

EDITA: Publicaciones y Divulgación Científica. Universidad de Málaga



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode>

Cualquier parte de esta obra se puede reproducir sin autorización pero con el reconocimiento y atribución de los autores.

No se puede hacer uso comercial de la obra y no se puede alterar, transformar o hacer obras derivadas.

Esta Tesis Doctoral está depositada en el Repositorio Institucional de la Universidad de Málaga (RIUMA): riuma.uma.es





UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

Málaga, 27 de junio de 2017

LA DRA. DÑA. M^a DE LOS ÁNGELES CABRERA GONZÁLEZ, Profesora Titular de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga

DECLARA

Que D. Cuahutémoc González Valdez, licenciado en Periodismo, ha realizado bajo su dirección el trabajo de investigación correspondiente a la tesis doctoral

“LA PRENSA MEXICANA Y SU EVOLUCIÓN DEL PAPEL A LAS PLATAFORMAS WEB Y MÓVIL PARA LA DISTRIBUCIÓN MÚLTIPLE DE SUS NOTICIAS. EL CASO DE *EL IMPARCIAL* DE HERMOSILLO (1937-2014).”

Revisado el presente trabajo, lo considera perfectamente adecuado a la legislación vigente para la propuesta de su defensa y la obtención del grado de doctor.

Y para que así conste donde convenga, firma la presente en Málaga, a 27 de junio de 2017.

Fdo. Dra. Dña. M^a de los Ángeles Cabrera González

Agradecimiento

Agradezco a quienes hicieron posible la realización y conclusión de este trabajo de investigación.

A mi familia, por su respaldo, paciencia y comprensión.

A los profesores del Departamento de Periodismo de la Universidad de Málaga, por haberme recibido en sus aulas y brindarme su apoyo y asesoría, en especial para mi directora de tesis doctoral, Dra. María Ángeles Cabrera González, así como para los doctores Bernardo Díaz Nosty y Juan Antonio García Galindo.

A la Universidad de Sonora y al Promep, por haberme becado en mis estudios de doctorado.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	6
Justificación	11
Estado de la cuestión	15
Objetivo	32
Hipótesis	33
Marco teórico metodológico	34
CAPÍTULO I. LA GÉNESIS DE LA PRENSA MEXICANA	
1.1 La prensa orgánica en la Nueva España	83
1.2 La polarización del periodismo mexicano	87
1.3 La articulación nacional de la prensa constitucionalista	100
1.4 La prensa industrial en México y su modelo de negocio	105
CAPÍTULO II. EL DESARROLLO TARDÍO DE LA PRENSA EN SONORA	
2.1 El pionero: <i>La Aurora en Occidente</i>	117
2.2 Los periódicos sonorenses decimonónicos	122
2.3 La polarización de la prensa de Sonora durante la revolución	126
2.4 Las subvenciones de los diarios sonorenses	129
2.5 La génesis y evolución del empresario periodístico José S. Healy	134
CAPÍTULO III. LA DISTRIBUCIÓN DE NOTICIAS DE <i>EL IMPARCIAL</i> IMPRESO	
3.1 La fundación de <i>El Imparcial</i> en 1937	152
3.2 Auge de la empresa periodística de los Healy	158
3.3 Función de <i>El Imparcial</i> en el sistema político-económico de Sonora	171
3.4 La innovación tecnológica del diario impreso	188
3.5 El modelo de negocio del periódico y la reorganización empresarial	193

CAPÍTULO IV. LA DISTRIBUCIÓN DE NOTICIAS DE *ELIMPARCIAL.COM*

4.1 El ciberperiodismo en Estados Unidos y Europa	207
4.2 Los diarios mexicanos pioneros en la red	212
4.3 Distribución noticiosa de <i>El Imparcial</i> en la web y su modelo de negocio..	220
4.4 La redacción integrada	242

CAPÍTULO V. LA DISTRIBUCIÓN DE NOTICIAS EN PLATAFORMAS MÓVILES

5.1 El surgimiento de la distribución noticiosa en los móviles	247
5.2 Las plataformas móviles de los periódicos mexicanos	265
5.3 La integración de las plataformas móviles en <i>El Imparcial</i>	277
5.4 La distribución móvil de noticias y su modelo de negocio	283

Análisis de los resultados	294
----------------------------------	-----

CONCLUSIONES	306
---------------------------	-----

Fuentes	310
---------------	-----

Anexos	341
--------------	-----

INTRODUCCIÓN

Con la realización y exposición de este trabajo de investigación denominado “La prensa mexicana y su evolución del papel a las plataformas web y móvil para la distribución múltiple de sus noticias. El caso de *El Imparcial* de Hermosillo (1937-2014)”, se cumple con el requisito para la defensa de la tesis y la obtención del grado en el “Doctorado en periodismo: nuevos escenarios”, del Departamento de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga.

La tesis doctoral consta en la introducción, de los apartados de la justificación, el estado de la cuestión, objetivo general, hipótesis, marco teórico-metodológico, además de cinco capítulos en los cuales se analiza y explica la génesis y evolución histórica de la prensa mexicana, el desarrollo de la prensa de Sonora, el estudio de caso sobre el periódico impreso *El Imparcial*, centrado en su incursión en la web y en la integración de las plataformas móviles para la distribución múltiple de sus noticias. También cuenta con los respectivos apartados de análisis de resultados, las conclusiones, las fuentes y anexos.

Una de las contribuciones de este trabajo de tesis doctoral, que se encuentra en el apartado teórico metodológico, se relaciona con la propuesta de un marco conceptual general para el análisis e interpretación histórica del desarrollo de la prensa de México, que lo dividimos en dos grandes etapas: la *prensa orgánica* (1541-1915) y la *prensa industrial* (1916-la actualidad). A su vez, la prensa orgánica la subdividimos en la denominada prensa orgánica colonial (1541-1809) y en la prensa orgánica polarizada (1810-1915); mientras que la prensa industrial mexicana quedó subdividida, para su análisis y estudio, en la prensa industrial

impresa (1916-actualidad), la prensa industrial web (1995-actualidad) y la prensa industrial móvil (primera década del siglo XXI-actualidad).

Para formular esta propuesta de marco conceptual histórico general tuvimos que realizar la lectura, análisis y reflexión sobre obras claves en el estudio de la prensa mexicana y de Sonora, de las cuales se retomaron algunos planteamientos en torno a la caracterización y periodización del desarrollo periodístico nacional y regional. Ese mismo proceso de revisión y análisis se hizo sobre las obras relacionadas con la temática del desarrollo de la prensa y su distribución de noticias a través de las plataformas de la web y de los móviles, con el propósito de tener una perspectiva integral en cuanto al desenvolvimiento de la prensa en esos soportes, tomando como referencia su origen hasta la época actual.

Después de haber conseguido delinear nuestra propuesta conceptual e interpretativa general en el apartado teórico metodológico, la aplicamos primeramente sobre el proceso de desarrollo de la prensa mexicana, que se expone en el capítulo I de esta tesis doctoral; y luego procedimos a aplicarla en torno al desarrollo de la prensa en el estado de Sonora y también a exponerla en el capítulo II. Llevando la secuencia y lógica de exposición de los anteriores capítulos, procedimos a contextualizar nuestro objeto de investigación y a aplicar dicho marco conceptual al estudio de caso del periódico *El Imparcial* de Hermosillo, mediante la descripción y explicación de las etapas de desarrollo que ha tenido en sus diferentes plataformas de distribución de noticias en el papel, en la web y en los móviles. Para la exposición de su desarrollo como medio impreso se ocupó el capítulo III, en tanto que para el desenvolvimiento en la plataforma

web se dedicó el capítulo IV y, finalmente, para dar a conocer su devenir en las plataformas móviles se destinó el capítulo V.

El objetivo general de la tesis doctoral consistió en describir, analizar y explicar cómo la empresa editora de *El Imparcial* de Hermosillo, Sonora, ha integrado en su proceso evolutivo histórico de distribución de noticias a las plataformas de papel, de la web y de los móviles para posicionarse como una empresa periodística multiplataforma viable en su entorno regional. Como objetivos específicos nos propusimos identificar y describir los principales procesos de distribución de la información periodística de *El Imparcial* entre los lectores de la plataforma de papel, los usuarios de la web y de las aplicaciones móviles, como *smartphones* y tabletas; además de analizar y determinar si tales procesos de distribución de noticias, en las tres mencionadas plataformas de *El Imparcial*, han permitido dar sostenibilidad a dicha empresa periodística.

El hilo conductor para realizar nuestro trabajo de investigación fue la hipótesis de que, con la aparición y evolución histórica de nuevas tecnologías de la información, la migración de lectores, la caída del mercado y el escaso desarrollo de los periódicos impresos en el mundo y en México, la empresa editora del diario de papel *El Imparcial* ha incursionado en la web y en los dispositivos móviles para diversificar su distribución de noticias, en la búsqueda de más audiencia y para erigirse en una empresa periodística multiplataforma sostenible.

Dicha hipótesis de trabajo, de la presente tesis doctoral, se ha cumplido en sus principales términos, ya que se ha comprobado que la empresa editora de *El Imparcial* ha adoptado e integrado la distribución de noticias de las plataformas de

papel, de la web y de los móviles, mediante la creación de la denominada redacción integrada; también ha ampliado su audiencia, como lo demuestran las estadísticas expuestas en la presente investigación sobre cada una de las plataformas; *El Imparcial* se ha mantenido hasta ahora además como una empresa periodística multiplataforma viable en su entorno regional, ya que ha operado financieramente con números negros, particularmente en el caso de las plataformas de papel y de la web, con excepción de las plataformas móviles, debido a que estas aún son respaldadas por su matriz impresa, en la espera de que en el futuro consigan ser rentables.

El diario impreso generalista de pago *El Imparcial* de Hermosillo, Sonora, México, es un medio decano, migrante y líder periodístico en su región que ha tenido un relativo éxito tecnológico, organizacional y financiero en su evolución histórica como industria generadora y distribuidora de noticias impresas en el papel, desde su fundación en el año de 1937, pero también en sus incursiones -aunque en forma desigual- en las plataformas de distribución noticiosa en la web y en las aplicaciones o *apps* móviles, a partir de 1995 y de 2010, respectivamente.

Con la perspectiva integradora de las tres plataformas de distribución de noticias, el presente trabajo de investigación, de carácter histórico, se ha convertido en uno de los pioneros en esta temática en el Estado de Sonora y en México, hasta donde se tiene conocimiento al respecto. El resultado de este estudio, relacionado con el desarrollo de la prensa sonorensis y la integración de sus diversas plataformas de distribución de noticias, abre la posibilidad de ampliarlo, teniendo como posibles líneas futuras de investigación, el desarrollo que han tenido en esta materia otros medios tradicionales como la radio y la

televisión de Sonora, en el ámbito de la producción y distribución de noticias, así como efectuar un análisis comparativo con los medios de otros estados de la república mexicana, así como del extranjero, para detectar las diferencias y coincidencias al respecto, las funciones político-económicas de tales medios de información, las debilidades y fortalezas de sus modelos de negocio, entre otros tópicos de interés.

Esta investigación no se hubiera logrado sin el respaldo de mi directora de tesis, la Dra. María Ángeles Cabrera González, quien además de su valiosa y pertinente asesoría, me motivó a no decaer en mis ánimos para terminar el trabajo que tienen ante sí. Éste se ha culminado dentro del proyecto de investigación de I+D+i (con Ref. CSO2012- 38467 C03-01) financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad español, titulado: *Innovación y desarrollo de los cybermedios en España*, y coordinado por la directora de esta tesis, María Ángeles Cabrera, del que he podido formar parte como investigador y colaborador extranjero.

Justificación

La pertinencia de realizar el presente trabajo de investigación de tesis doctoral titulado “La prensa mexicana y su evolución del papel a las plataformas web y móvil para la distribución múltiple de sus noticias. El caso de *El Imparcial* de Hermosillo (1937-2014)”, está basada en los aspectos de la repercusión social, las implicaciones prácticas y la conveniencia de desarrollarlo, que se exponen a continuación.

El periódico *El Imparcial*, perteneciente a la principal empresa editora de periódicos en el noroeste de México, es un medio impreso líder y decano en el Estado de Sonora que ha tenido repercusión social, desde hace varias décadas, porque ha sido uno de los intermediarios informativos clave entre el acontecimiento registrado, su difusión masiva y el respectivo consumo de los lectores sonorenses. Su actividad periodística ha sido además reconocida entre sus pares a nivel nacional e internacional, al haber obtenido diversos premios por sus contenidos informativos y por su diseño en la plataforma de papel, así como por su trabajo noticioso distribuido a través de la web.

El estudio sobre este periódico regional conlleva también aplicaciones prácticas en el ámbito de los profesionales que se desempeñan en los medios impresos, al igual que en las plataformas de la web y de las plataformas móviles, ya que les posibilitará conocer y explicar el surgimiento, desarrollo y situación actual de una empresa informativa, que es representativa del quehacer periodístico en la república mexicana, y del cual podrán extraer experiencias susceptibles de aplicarlas en sus respectivos centros de trabajo, mientras que quienes se dedican al estudio o investigación académica de estos temas podrían obtener nuevos

conocimientos y divulgarlos entre las generaciones que cursan las licenciaturas de Periodismo y de Ciencias de la Comunicación, entre otras disciplinas, así como también podrían abrir otras líneas de investigación relacionadas con estos tópicos. En cuanto a la conveniencia de realizar este trabajo, se tomaron en cuenta dos aspectos: la necesidad de realizar este tipo de investigaciones en Sonora, y en general en México, debido a la escasez de las mismas; y también la motivación de continuar una línea de investigación previa, desarrollada por el autor de esta tesis doctoral, relacionada con estudios diversos sobre la historia de la prensa sonoreense durante el periodo de la revolución mexicana y, más recientemente, sobre la incursión de la prensa sonoreense en la web.

Con respecto a la falta de trabajos académicos sobre los medios de información de Sonora, entre ellos los relacionados con la prensa, un estudio de Covarrubias y Reyna (2011:87) detectó un total de 50 trabajos de investigación, el 100% realizados en un marco de titulación universitaria, de los cuales el 80% correspondieron a tesis de nivel Licenciatura y el 20% a tesis de nivel maestría. Ningún trabajo de investigación de tesis doctoral, sobre los medios masivos sonorenses, fue detectado en dicho estudio de los autores arriba citados.

En torno a la conveniencia de realizar esta tesis doctoral, además fue el deseo de continuar y ampliar los trabajos del presente autor, que ya ha investigado en torno a algunos aspectos de la prensa de Sonora, principalmente desde una perspectiva histórica, en particular del periodo de la revolución mexicana, así como ha efectuado trabajos sobre el inicial ciberperiodismo desarrollado por el diario impreso *El Imparcial*. En ese sentido, un estudio previo realizado por este autor es el titulado *La prensa y la revolución en Sonora. El caso del periódico Orientación*

de Hermosillo, Sonora (1916-1921), que elaboró como parte de la titulación en la Maestría de Ciencias Sociales de El Colegio de Sonora en el año 2001, en el cual se aborda el funcionamiento de la prensa en ese periodo histórico de lucha armada y de combate periodístico faccioso. Otros estudios previos de este autor están relacionados con la empresa editora del periódico *El Imparcial*, particularmente en torno a su incursión en la web, los cuales ya han sido publicados como capítulos de libro, mismos que se encuentran registrados en el apartado de las fuentes bibliográficas al final de este texto. Uno de esos capítulos de libro corresponde al título “La prensa de Sonora en Internet (el caso de *El Imparcial* 1995-2000)”, incluido en la obra denominada *Internet y desarrollo regional*, editado en 2001 por El Colegio de Sonora. El otro capítulo de libro, que le fue publicado al autor de esta tesis, es el denominado “La ciberprensa en la frontera norte de México”, que forma parte de la obra *Explorando el ciberperiodismo iberoamericano*, editado en 2002 por el Tecnológico de Monterrey y la editorial CECSA. En ambos textos se examina el desarrollo de *El Imparcial* y otros diarios filiales, como medios impresos que incursionaron en la segunda mitad de los noventa del siglo XX como distribuidores de noticias en Internet. Sin embargo, estos últimos estudios sólo abarcaron el periodo de 1995 al año 2000, por lo que ha resultado conveniente continuarlos, ampliarlos, profundizarlos y actualizarlos, además de abordar la integración de otras plataformas de distribución de noticias de *El Imparcial*, como el papel y las aplicaciones móviles. También cabe mencionar que al autor del presente proyecto de investigación le surgió, desde finales de la década de los años noventa del siglo XX, cuando empezó su carrera académica en la Universidad de Sonora, la idea de estudiar

sobre la distribución de noticias a través de las plataformas de papel, de la web y de los móviles, en forma integrada. La conveniencia y pertinencia para dedicarse a dicho estudio se vislumbró con mayor posibilidad en el momento en que, el autor de esta tesis, realizó sus estudios en el Máster en Investigación en Comunicación Periodística de la Universidad de Málaga, en el ciclo escolar 2010-2011, y que, luego de concluirlo, optó por cursar el “Doctorado en Periodismo: nuevos escenarios” impartido en la misma institución educativa andaluza.

La exposición sobre las repercusiones sociales, las implicaciones prácticas y la conveniencia, descrita en los párrafos anteriores, son aspectos que contribuyeron en general a la justificación, de una u otra manera, para la realización de esta investigación de tesis doctoral.

Estado de la cuestión

La industria periodística impresa se encuentra inmersa, desde hace algunos años, en un proceso de análisis y debate internacional sobre sus condiciones de operación y sus estrategias de supervivencia, como parte de su búsqueda de futura sostenibilidad. Profesionales que trabajan en los periódicos impresos, así como los periodistas que integran asociaciones y los investigadores, se encuentran atentos a dicho análisis y debate. En diversos congresos y foros nacionales e internacionales se plantea que los periódicos están en una encrucijada histórica, ya que tienen una constante pérdida de publicidad en sus páginas y la migración de lectores a la plataforma de la web, entre otros factores, que no sólo los obliga a buscar estrategias que le permitan su financiamiento como empresa, sino también que le garanticen su futura supervivencia como medio de información impreso. A las condiciones estructurales que viene arrastrando la prensa, desde hace tiempo, se añade el factor de la actual crisis económica global, que ha agravado sus condiciones de operación como empresa informativa en el soporte de papel y tinta, y que ha tenido como consecuencia que las visiones más pesimistas sobre el futuro de la prensa no sólo procedan de la opinión pública, sino también de dentro de la misma industria periodística (Díaz Nosty, 2011).

A través de diversos medios de información y de artículos científicos, entre otras formas de expresión, se ha difundido además el debate sobre la actual operación de los diarios impresos y su viabilidad en la plataforma de papel, pero aún así se carece de suficientes estudios empíricos relacionados con la búsqueda, evolución e instrumentación de nuevos servicios noticiosos, como los que se realizan

mediante la web y de las aplicaciones móviles, que permitan saber si estas dos últimas plataformas podrían convertirse en vetas de nuevos ingresos financieros del periódico.

Los investigadores que han estudiado a la prensa de papel, principalmente en Estados Unidos y Europa, han tenido más tiempo y oportunidad para hacerlo con respecto a las plataformas periodísticas en la web y en los móviles, que surgieron en el transcurso de las últimas dos décadas.

El primer periódico de papel que publicó su información en la web lo hizo en el año de 1994, mientras que las primeras aplicaciones de noticias móviles se registraron en el 2008. Este periodo relativamente pequeño, desde sus primeras apariciones en la web y en los móviles, no ha sido suficiente para realizar investigaciones desde diversas perspectivas, debido a su temprano surgimiento y al constante avance de la tecnología, entre otros aspectos. Esta situación se refleja con mayor claridad en el caso de las aplicaciones de noticias en las plataformas móviles, cuyos estudios se encuentran en un estado exploratorio ya que su eclosión global se dio a finales de la primera década del siglo XXI y a que el medio móvil y su tecnología no han desarrollado toda su potencialidad.

Los medios de información generalmente han atraído el interés de investigadores y de diversos grupos sociales, debido a que su funcionamiento ha tenido y mantiene determinadas repercusiones en los ámbitos político, económico, social y cultural. Al respecto, los investigadores pueden realizar tres tipos de estudios: los teóricos, los empíricos y los que integran a ambos, al combinar un trabajo teórico y empírico a la vez (Vilches, 2011:58). La presente investigación de tesis doctoral ha optado por la segunda variante, ya que se ha enfocado en un estudio de caso,

pero basándose en la formulación de un marco conceptual general interpretativo histórico para aplicarlo en dicho objeto de estudio.

Este trabajo doctoral se ha centrado además en un estudio de caso, en el cual se integran las tres plataformas de distribución de noticias: la de papel, la web y la de las aplicaciones noticias para móviles, principalmente de los dispositivos denominados teléfonos inteligentes (*smartphones*) y de las tabletas. Sobre esta temática, los estudios en México son escasos, por no decir casi nulos. Ése es el estado de la cuestión, por ello su abordaje se dificulta, pero no lo imposibilita.

Esta investigación de tesis doctoral comenzó, basado en la perspectiva histórica, con un primer acercamiento sobre la bibliografía disponible relacionada con la temática de la historia general de la prensa mexicana, con el propósito de orientar y contextualizar un estudio de caso de la prensa sonoreense.

Tras la revisión documental y análisis de las obras seleccionadas se observaron dos planteamientos centrales, en torno a las obras que tienen como objeto de estudio a la prensa de México: a.) La carencia de un marco teórico general histórico sobre el desarrollo de la prensa mexicana; y b.) Algunas propuestas generales de periodización y caracterización de la prensa nacional, fundamentalmente desde su origen como medio impreso, pero sin el abordaje de su incursión en la web y mucho menos de su desenvolvimiento en las plataformas móviles.

Sobre el inciso “a”, los investigadores en la materia ya han detectado la inexistencia de un marco teórico general en el cual basar sus estudios de la prensa a nivel nacional, así como en las regiones mexicanas (Palacio, 1991:508).

En cuanto al inciso “b”, referente a los estudios realizados sobre los períodos o caracterizaciones del desarrollo de la prensa en México, los investigadores que han realizado tales trabajos han expuesto distintas propuestas, unas más acabadas que otras (Bravo, 1966; Ochoa, 1968; Fernández, 1989; Bohmann, 1989; Ruiz, 1990).

La investigadora María del Carmen Ruiz (1990) ha destacado por su abordaje sobre el desarrollo de la prensa mexicana, al abarcar desde su origen hasta la época contemporánea, siendo la delimitación hecha en su obra *La prensa. Pasado y presente de México* la más precisa en torno a la duración de cada periodo analizado. Varios planteamientos de María del Carmen Ruiz han sido tomados como referencia para una formulación de los periodos de la prensa de México en esta tesis doctoral. Otros autores también se han propuesto realizar una periodización general sobre el desarrollo del periodismo nacional, entre ellos Ochoa (1968), quien lo intentó con su obra *Reseña histórica del periodismo mexicano*, aunque consideramos que su texto carece de suficiente rigor y sistematización en su exposición y propuesta, argumento que contribuyó a descartarlo y optar por tener como referente la periodización de Ruiz (1990) en la presente investigación. En el caso de las periodizaciones de Fernández (1989) y Bohmann (1989) tampoco son precisas con respecto a los años de duración de sus intervalos históricos, mientras que de la autora Palacio (1991) se retomaron sus ideas relacionadas con los conceptos de prensa artesanal, prensa manufacturera y prensa industrial. Con relación a Fernández (1989), aunque no delimita con precisión los periodos del desarrollo de la prensa mexicana, se rescatan de dicha autora sus conceptos sobre el rol de las facciones o grupos

políticos que se disputan el poder del Estado mexicano, las condicionantes de su propiedad, entre otros aspectos, que son citados en el texto del primer capítulo de este trabajo. En el caso de las obras localizadas de Timoteo y Martínez (1992), Bernedo (2004), Zeta *et al.* (2004), Barrera (2004) y Salaverría (2016) sus trabajos contribuyen de manera muy general sobre la caracterización y desarrollo de los periódicos mexicanos, los cuales descartamos debido a que sus exposiciones tenían como objetivo más amplio el análisis de la prensa de América Latina en su conjunto y no profundizaban sobre el caso de México.

Con relación a los estudios realizados hasta ahora sobre los períodos o caracterizaciones del desarrollo de la prensa en México, coincidimos con Celia del Palacio (1991:505-508) cuando apunta que la mayoría de tales trabajos han sido una recopilación cronológica de títulos de publicaciones, en el mejor de los casos, con un corto estudio preliminar que poco tiene que ver con el desarrollo intrínseco de los periódicos. La autora añade que también existe el otro extremo, relacionado con la historia del periodismo mexicano, en el cual se realizan estudios especializados de una sola publicación y su importancia desde el punto de vista literario, científico o político, al igual que hemerografías y biografías de los editores e impresores importantes, pero sostiene que no se realiza el más mínimo intento de teorización sobre el material, debido a que la clasificación casi siempre es temática -periódicos políticos, informativos, literarios, católicos, obreros e infantiles, etc.-; y que su clasificación temporal deja mucho que desear porque no tiene alguna justificación teórico-metodológica. Por su parte, la investigadora Florence Toussaint (1989:8) abunda que en las investigaciones existentes en torno a los periódicos mexicanos, a estos “se les ha visto como aislados de la

sociedad que les da origen”, por lo cual se han producido mayoritariamente descripciones, biografías y hemerografías que “recogen datos sueltos”.

Al referirse sobre la concepción de una historia general de la prensa mexicana, la investigadora Jaqueline Covo (1993:696) plantea que debería incluirse un estudio minucioso por épocas y estados, una tipología formada con un criterio científico y una periodización y cuantificación, así como un estudio atento de la legislación sobre imprenta, la función de la prensa en la vida política, pero también su relación con las circunstancias geográficas, sociológicas y culturales de la nación.

Los planteamientos citados de Palacio, Toussaint y Covo fueron escritos hace más de 20 años y el estado de la cuestión a la que aludían en esa época se mantiene en nuestros días sin una variación destacable, debido a que no se han registrado obras diferentes a las características planteadas por ellas. Sin embargo, y tomando en cuenta las ideas expuestas por las citadas autoras, relacionadas con la inexistencia de una teoría general histórica sobre el desarrollo de la prensa mexicana y de la falta de contextualización de los periódicos que ya han sido estudiados hasta ahora, la búsqueda en la presente tesis doctoral se enfocó en torno a la creación de una periodización del desarrollo de la prensa de México que abarcara desde su origen hasta la época contemporánea y que sirviera de referencia para profundizar en su caracterización y contextualización histórico social.

La idea inicial del presente trabajo de tesis no contemplaba involucrarse en la propuesta de un marco conceptual histórico general, para el análisis e interpretación del desarrollo de la prensa mexicana, pero, a falta de éste o de uno que abarcara las tres posibles plataformas –de papel, web y móviles-, el autor de

dicha tesis doctoral se vio orillado a formularlo para aplicarlo en este proyecto de investigación, relacionado con la integración de las mencionadas tres plataformas. Para realizar este estudio se ha recurrido a la formulación de un marco conceptual general histórico sobre el desarrollo de la prensa en México, desde sus orígenes, pasando por sus incursiones en la web y hasta llegar a su reciente etapa de desenvolvimiento en las plataformas móviles.

En cuanto a la incursión de la prensa mundial y de la mexicana en particular en la plataforma web, práctica que es conocida como ciberperiodismo, fueron seleccionados y retomados fundamentalmente los conceptos de Pablo Boczkowski (2006:77). Para estudiar sus distintas etapas evolutivas, dicho autor señala que los periódicos *online* de Estados Unidos –y que trasladamos al caso de México- han desarrollado tres tipos de prácticas informativas en la web: 1.) Los diarios reutilizaron contenidos incorporando en sus sitios web, de manera casi idéntica, material originalmente desarrollado para sus ediciones impresas; 2.) Los periódicos combinaron información tomando los contenidos de las ediciones impresas y le aumentaron valor a su web mediante el agregado de funcionalidades técnicas, de contenidos relacionados tomados de otros sitios o de ambos elementos; 3.) Los diarios elaboraron contenidos originales aprovechando los atributos técnicos distintivos de la web, mediante actualizaciones constantes, artículos multimedia, nuevas secciones exclusivas para su sitio en Internet y contenidos generados por los usuarios. Algo similar expone, por su parte, la investigadora María Ángeles Cabrera (2004:404-405) cuando plantea la existencia de tipos o modelos de medios digitales o cibermedios: el modelo de reproducción facsimilar, consistente en sólo transmitir las páginas de la versión impresa; el

modelo adaptado que supone un volcado simple de los contenidos informativos, sin grandes pretensiones desde el punto de vista del diseño y que incluye algún enlace o hipertexto; el modelo digital que engloba a los cibermedios que aprovechan prácticamente todas las posibilidades que ofrece la red, como la interactividad, diseño atractivo y servicios agregados, entre otros, que lo convierten, a comienzos del siglo XXI, en propiamente un modelo informativo digital; y el modelo multimedia, que ofrece información sonora, audiovisual o textual. Tales modelos expuestos en dichas obras, además de otros autores que publicaron los suyos alrededor de esos y posteriores años, están resumidos y desarrollados, en esencia, en los tres modelos propuestos por Boczkowski (2006:77).

Como se describió en los párrafos anteriores, la prensa industrial de papel incursionó a mediados de los años noventa del siglo XX en la web, pero también lo hizo posteriormente en las plataformas móviles, principalmente a partir de la primera década del siglo XXI. En ese contexto evolutivo descrito en forma general, en torno al periódico de papel y su plataforma en la web, los trabajos de investigación desarrollados hasta ahora sobre el periodismo móvil se encuentran en una etapa incipiente, debido a su reciente aparición, complejidad, la velocidad con que avanza la tecnología móvil y a su rápida implantación. Tales trabajos están en consonancia con el estado de la cuestión del temprano desarrollo de la prensa en las plataformas móviles (González, 2011). Aunado a ello, los resultados de dichos estudios han sido publicados en forma dispersa en artículos de revistas, ponencias en congresos, capítulos de libro o incluso en forma de libro, así como en noticias en los propios medios tradicionales, blogs y en debates de paneles de

expertos, etc., lo que amerita dar un seguimiento a su proceso evolutivo y analizar y contrastar tales ideas y variedad de conceptos expuestos (González, 2011).

En cuanto al tema de las comunicaciones móviles en general, Aguado, Feijóo y Martínez (2013:13) distinguen dos etapas en los tipos de investigación realizadas hasta ahora: la primera, centrada en el estudio de los aspectos sociales y antropológicos del teléfono móvil, a partir del año 2000; y la segunda etapa, principalmente desde 2006, enfocada en el abordaje de las comunicaciones móviles, desde una perspectiva mediática, que incluye a los medios convencionales y sus formatos de contenidos, entre otros aspectos.

En este momento, cuando las investigaciones sobre tecnología móvil empieza a virar de la perspectiva sociocultural a la mediática, es posible distinguir dos grandes enfoques: aquellos que abordan el medio móvil en un segundo plano, como elemento complementario de otros tipos de medio y/u objetos de estudio (investigaciones sobre ciberperiodismo, publicidad *online* o contenidos multimedia que vislumbran el dispositivo móvil como un añadido tecnológico) y aquellos otros que conceden un protagonismo específico al medio móvil, recogiendo las investigaciones interdisciplinarias sobre éste y orientándolas al ecosistema mediático (productores, tecnologías, contenidos y usuarios). (Aguado, Feijóo y Martínez, 2013:15).

En la perspectiva de las investigaciones sobre comunicaciones móviles mediáticas, y teniendo específicamente al medio móvil como protagonista, descritas en los párrafos inmediatos anteriores, se insertan los estudios sobre el periodismo móvil que han realizado diversos autores. En ese contexto evolutivo, los estudios realizados hasta ahora sobre periodismo móvil pueden dividirse, en lo que el autor de la presente tesis doctoral ha denominado como tres vertientes: Los estudios descriptivo-operativos, los estudios secundarios y los estudios específicos sobre la comunicación periodística en los móviles (González, 2011). En el primer caso, los descriptivo-operativos son trabajos que se ocupan

fundamentalmente de aspectos muy puntuales del periodismo desarrollado a través de los móviles, por ejemplo, el uso de determinados equipos o herramientas y programas informáticos, por parte de las empresas y los periodistas, etc., que aportan ideas sobre su utilidad en particular, pero no explican esta práctica periodística, sino sólo describen en general sus aparatos o instrumentos de uso. En el caso de Australia, por ejemplo, se detectó en esta vertiente al profesor de la Universidad de Deakin, Stephen Quinn, que publicó en 2009 el libro *Mojo. Mobile journalism in the Asian region*, el cual trata sobre la comunicación periodística móvil en esa zona del mundo, que registra un creciente desarrollo y cuya obra se encuentra completa en línea, financiada por la fundación alemana Konrad Adenauer. En África, una de las instituciones que realiza investigaciones sobre periodismo móvil es la School of Journalism and Media Studies, Rhodes University, South Africa, donde el profesor Guy Berger encabezó y describió un proyecto en el cual jóvenes contribuyeron con información a un periódico de la localidad, a través de los teléfonos móviles, entre otros trabajos.

En el segundo caso de las vertientes, los trabajos con temática secundaria sobre la comunicación periodística a través de los móviles, son estudios que abordan en forma tangencial, como uno de los subtemas, el periodismo realizado en dichos dispositivos portátiles, práctica que es incluida como tópico de una descripción o análisis de prácticas periodísticas emergentes o temas más generales que desbordan el periodismo móvil como objeto de estudio en sí, por ejemplo, los hábitos de consumo general de los usuarios de telefonía móvil, entre ellos el consumo informativo o noticioso, entre otros. En ese sentido, Clyde Bentley, profesor de University of Missouri, realiza investigaciones centradas en los

hábitos, preferencias y niveles de comodidad de los consumidores de los medios de comunicación, especialmente los usuarios de los medios digitales, entre estos los móviles. Bentley utilizó su año, como integrante del Instituto Donald W. Reynolds, para explorar cómo los estadounidenses usan sus dispositivos móviles y qué tipo de servicios pueden ofrecer las empresas periodísticas al respecto.

En la tercera vertiente figuran los trabajos, fundamentalmente de tipo académico, que presentan estudios específicos sobre el periodismo desarrollado en los móviles que se ejerce en España, Asia, Gran Bretaña, Francia, Australia, México y Estados Unidos, etc., en los cuales se incluyen en forma dispersa conceptos, caracterización de las etapas de desarrollo, tipos de contenidos del periodismo móvil, formatos y diseño de la información, entre otros aspectos.

En esta tercera vertiente se localizan los grupos internacionales que investigan sobre la comunicación móvil, dentro de la cual algunos integrantes han abordado particularmente el tema del periodismo en dispositivos y plataformas móviles.

En Australia, los profesores de las universidades de Charles Sturt University, Faculty at Queensland University of Technology in Brisbane y University of New South Wales, David Cameron, Axel Bruns y Gerard Goggin, respectivamente, realizan investigaciones -en forma separada- en torno a la comunicación móvil y en especial, los dos primeros, han desarrollado estudios sobre el periodismo móvil. Al respecto, Axel Bruns publicó trabajos en 2009 con dicha temática, junto con Liu Cheng, denominados *Mobile News in Chinese Newspaper Groups: A Case Study of Yunnan Daily Press Group en Mobile Technologies: From Telecommunications to Media*; así como publicó “Cell Phone SMS News in Chinese Newspaper Groups: A Case Study of Yunnan Daily Press Group”, en

Proceedings: Mobile Media 2007, cuyos editores son Gerard Goggin and Larissa Hjorth.

En Brasil, Fernando Firmino da Silva, profesor en el Departamento de Comunicación Social de la Universidad Estadual de Paraíba e investigador en el Programa de Doctorado en Comunicación y Cultura Contemporánea en la Universidad Federal de Bahía, Brasil, realiza estudios sobre periodismo móvil. Uno de sus trabajos publicados es *Tecnologías móviles como plataformas de producción en el periodismo brasileño*. Por su parte, el portugués João Canavilhas también ha desarrollado trabajos relacionados con este tema, como el denominado *Contenidos informativos para móviles: Estudio de aplicaciones para iPhone*, como comunicación al I Encontro da Montanha: Jornalismo e Rédes Móveis, celebrado en la Universidade da Beira Interior, Portugal. João Canavilhas también coordinó el libro *Notícias e Mobilidade*, editado en 2013, que aglutina a diversos autores que exponen sobre el periodismo móvil, a través de diferentes artículos.

En España, el Grupo de Investigación en Comunicación Social, Cultura y Tecnología (E-COM) de la Universidad de Murcia ha realizado los proyectos de investigación “MOVILSOC: El impacto social de la telefonía móvil en España: Gestión de identidad, mediatización y ritos de consumo”, en colaboración con G. Goggin, de la University of New South Wales de Australia, bajo la dirección de Juan Miguel Aguado Terrón y la financiación de la Agencia Regional de Ciencia y Tecnología (Fundación Séneca) de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, en el período de 2006 a 2008. El otro proyecto de investigación es “MOVILIZAD@S: El dispositivo móvil como herramienta de igualdad en la

sociedad de la información”, bajo la dirección de Inmaculada José Martínez Martínez, con la colaboración de las universidades de Alicante, Extremadura, Rovira i Virgili y Rey Juan Carlos de Madrid, con el apoyo del Instituto de la Mujer, Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones y la Mobile Marketing Association. Como resultado de dicho proyecto fue publicado en 2008 el libro denominado *Sociedad móvil. Tecnología, identidad y cultura*, el cual incluye el capítulo “La cuarta pantalla: Industrias culturales y contenido móvil”, de Juan Miguel Aguado e Inmaculada J. Martínez. En el año 2013, Juan Miguel Aguado, Claudio Feijóo e Inmaculada j. Martínez coordinaron la obra denominada *La Comunicación Móvil. Hacia un nuevo ecosistema digital*, que en la presente tesis doctoral consideramos una referencia importante y pertinente, particularmente por el capítulo 7 que está dedicado al periodismo móvil, de la autoría de Juan Miguel Aguado y Andrew Castellet. En el referido capítulo, escrito por Aguado y Castellet (2013:190-198) se trata el desarrollo de la información periodística en los dispositivos y plataformas móviles, quienes plantean la existencia de tres etapas:

- a) La etapa del *SMS y MMS noticiosos*, que incluye básicamente el servicio de distribución de alertas de noticias;
- b) La etapa de la web móvil; y
- c) La etapa de las aplicaciones, que contempla las versiones de las *apps* e híbridas.

Los periódicos impresos, que fueron de los primeros medios en distribuir su información a través de las plataformas móviles, incursionaron a finales de los años noventa del siglo XX en un modelo de desarrollo periodístico móvil, que incluyó principalmente la producción de alertas de noticias, destinadas al consumo de los usuarios de los primeros teléfonos móviles básicos, mediante el envío de

mensajes cortos de texto o SMS (*Short Message Service*, por sus siglas en idioma inglés) y MMS (*Multimedia Messaging Service*, por sus siglas en idioma inglés), con poca jerarquización, destinados a los usuarios suscriptores de dicho servicio, el cual era ofrecido por los canales cerrados de las empresas operadoras de telefonía móvil, que controlaban la distribución, el sistema de pago y los datos sobre los consumidores. Estos servicios de alertas noticiosos registraron su mayor expansión alrededor de 2004 en los países más desarrollados, cuya selección y adaptación de contenidos informativos en los SMS y MMS, estaba a cargo de algún redactor del periódico, que los canalizaba a las compañías operadoras de telefonía móvil, desde donde se transmitían a los suscriptores (Aguado y Castellet, 2013:190).

La otra etapa de la prensa industrial impresa que se desarrolló en los móviles, corresponde a la creación y lanzamiento de la web móvil, a mediados de la primera década del siglo XXI. A esta última plataforma pudieron acceder los usuarios, luego de que los teléfonos móviles comenzaron a tener más accesibilidad y navegabilidad en la red de redes. Los contenidos generados en la web móvil han sido mayoritariamente retomados y adaptados de la web tradicional del medio impreso, los cuales han requerido los servicios de algún editor, pero principalmente la implantación de sistemas de gestión automatizados. Alrededor del año 2008 las versiones de la web móvil contaron con una estructura y una jerarquía de secciones bien diferenciadas, en las que prevalecían las noticias, los deportes y la política (Aguado y Castellet, 2013:191).

En tanto, la denominada etapa de las aplicaciones móviles e híbridas arrancó con la aparición de las *apps* nativas para smartphones, y posteriormente las tabletas,

siendo el caso paradigmático el iPhone de la empresa estadounidense Apple, que creó el entorno de la tienda virtual App Store con el propósito de comercializarlas a nivel mundial. Dichas aplicaciones simplificaron e hicieron más directa la relación con el usuario, lo que propició mayor control y eficacia en la consulta. Durante el año 2010 Apple volvió a revolucionar el mercado de los dispositivos móviles con el lanzamiento de la tableta iPad¹ (Aguado y Castellet, 2013:193-194).

Otro grupo de investigación de España, coordinado por María Ángeles Cabrera González, ha realizado los proyectos “La convergencia digital en los medios de comunicación en España” y “La evolución de los cibermedios en el marco de la convergencia digital”, financiados por el Ministerio de Ciencia y Tecnología y el Ministerio de Ciencia e Innovación. Como resultado de dichos proyectos fue publicado en 2010 el libro *Evolución tecnológica y cibermedios*, el cual incluye el capítulo “Contenidos informativos en la plataforma móvil: horizontes y desafíos”, de Juan Miguel Aguado y Andreu Castellet. En esta obra también aparecen trabajos publicados de los investigadores Bella Palomo, Jaime Alonso, Ana I. Bernal Triviño, María Sánchez González, María Nereida Esteruelas y José Antonio Martínez Salmerón, entre otros. María Ángeles Cabrera también coordinó en 2013 la obra *Evolución de los cibermedios. De la convergencia a la distribución multiplataforma*, que conjunta valiosas contribuciones sobre el ciberperiodismo y

¹ La empresa de Cupertino, Apple, plantea que inició la revolución de las *apps* con el lanzamiento de la App Store en 2008, cuya industria del diseño y desarrollo de *apps* ha crecido en forma sostenida en los últimos años, comprendidos dentro del periodo de estudios de la presente tesis doctoral (Apple España, comunicado del 8/01/2015).

las plataformas móviles, particularmente en la tercera parte del libro, relacionadas con las tecnologías para la distribución multiplataforma de contenidos.

Por su parte, Jesús Miguel Flores Vivar y Mariano Cebrián Herreros, académicos de la Universidad Complutense de España, encabezaron otro grupo de investigación con el proyecto “Cybermedia: Innovaciones, procesos y nuevos desarrollos del periodismo en internet, telefonía móvil y otras tecnologías del conocimiento”, financiado por el Plan Nacional I+D+i del Ministerio de Educación y Ciencia. Como resultado del proyecto, se publicó en 2010 la obra *Desarrollos del periodismo en internet*, que incluye el capítulo “Periodismo a través de periféricos móviles”, de Jesús Miguel Flores Vivar.

En el caso de México, hasta ahora se han detectado escasos trabajos de investigación relacionados con el periodismo móvil. En la revisión empírica se detectó el estudio de Tania Lucía Cobos Cobos *Periodismo móvil: la prensa mexicana y su incursión en plataformas móviles. Casos El Universal y El Norte*, realizado en 2011 para obtener su grado de Maestría en el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, con sede en Monterrey, Nuevo León, México. La autora también presentó una ponencia relacionada con esta temática “Introducción del Periodismo móvil en el periódico El Norte”, la cual fue publicada electrónicamente en mayo de 2012 en las Memorias XXIV Encuentro Nacional de la AMIC, evento celebrado ese mismo año en Saltillo, Coahuila, México.

Otros autores, como los españoles Antonio Sanjuán Pérez, Teresa Nozal Cantarero y Ana González Neira, publicaron en la Revista Mexicana de Comunicación No. 131 el trabajo “Prensa para iPad: Usabilidad, interactividad y multimedia en El País y Reforma”.

En el contexto de este estado de la cuestión, descrito y analizado en el presente apartado de esta investigación de tesis doctoral, se ha optado por realizar el abordaje desde una perspectiva histórica sobre *El Imparcial* de Hermosillo, Sonora, México, como una empresa periodística que ha integrado la distribución de noticias de las plataformas de papel, de la web y de las aplicaciones móviles. El objetivo general de la presente investigación consiste en describir, analizar y explicar cómo la empresa editora del periódico decano impreso *El Imparcial* (1937-2014) ha integrado en su evolución histórica la distribución de noticias en las plataformas de papel, de la web y de las *apps* móviles y si tales procesos distributivos noticiosos la han convertido en una empresa periodística multiplataforma viable en su entorno regional.

Objetivo general

El objetivo general consiste en describir, analizar y explicar cómo la empresa editora del periódico impreso *El Imparcial* (1937-2014) de Hermosillo, Sonora, México, ha integrado en su evolución histórica los procesos de distribución de noticias de las plataformas de papel, de la web y de las aplicaciones móviles y si tales procesos la han convertido en una empresa periodística multiplataforma viable en su entorno regional.

Objetivo específico

Identificar y describir los principales procesos de distribución de noticias de *El Imparcial* de Hermosillo en el periodo 1937-2014, a través de las plataformas de papel, de la web y de las aplicaciones móviles, como *smartphones* y tabletas, en específico del iPhone y del iPad.

Objetivo específico

Analizar y determinar si la distribución de noticias en las plataformas de papel, de la web y de los móviles, ha sido integrada a *El Imparcial* y si dichas plataformas han contribuido a darle sostenibilidad a su empresa periodística.

Hipótesis

Con la aparición y evolución histórica de nuevas tecnologías de la información, la migración de lectores, la caída del mercado y el escaso desarrollo de los periódicos impresos en el mundo y en México, la empresa editora del diario de papel *El Imparcial* de Hermosillo, Sonora, ha incursionado en las plataformas de la web y de las aplicaciones móviles para diversificar su distribución de noticias, en la búsqueda de más audiencia y para erigirse en una empresa periodística multiplataforma viable en su entorno regional.

Marco teórico metodológico

Como objeto de estudio central de esta tesis doctoral se eligió el caso del periódico impreso *El Imparcial* de Hermosillo y su integración de las plataformas de distribución de noticias en el papel, en la web y en los móviles, acotándolo al periodo comprendido desde su fundación como empresa informativa en el año de 1937 hasta la época actual, específicamente en el 2014. Después de un periodo de análisis y reflexión, al autor de este trabajo de investigación le surgieron inicialmente algunas interrogantes: dicho diario hermosillense ¿cómo ha adoptado e integrado en sus procesos de distribución de noticias a las mencionadas plataformas?; y ¿cómo los procesos y redes de distribución en la web y en los móviles se han insertado en el modelo de negocio tradicional del periódico de papel, en la búsqueda de más audiencia como empresa periodística multiplataforma? Para contestar tales interrogantes se ha realizado un abordaje desde una perspectiva histórica, tomando en cuenta el origen de *El Imparcial* como una industria mediática periodística impresa, su desarrollo y evolución hasta abarcar los periodos en los cuales incorporó a sus procesos de distribución noticiosa a las plataformas de la web y de las aplicaciones móviles. Desde una perspectiva de su organización empresarial, también se analizará la forma de trabajo de su plantilla y también cómo se han interconectado diversas áreas de trabajo para lograr dicha distribución de noticias entre sus lectores o audiencia, entre otros aspectos.

El presente trabajo de tesis doctoral es una investigación empírica² que contempla un estudio de caso, que se ha basado en la formulación de un marco conceptual interpretativo histórico general sobre el desarrollo de la prensa mexicana, para aplicarlo en dicho objeto de estudio. La idea inicial de este trabajo no contemplaba involucrarse en formular y aplicar un marco conceptual interpretativo histórico general, para el estudio del desarrollo de la prensa en México pero, ante la ausencia o insuficiencia de uno de este tipo, admitida entre los propios estudiosos mexicanos en dicha materia, el autor de la presente tesis se vio orillado a elaborarlo para aplicarlo en dicho proyecto de investigación, relacionado con la integración y evolución de las plataformas de papel, de la web y de las aplicaciones móviles para la distribución de noticias en un diario impreso mexicano de información general y de pago. El proceso que derivó en todo ello, se describe y explica a continuación.

Coincidimos con la idea de que la prensa desarrolla una comunicación mediática susceptible de ser investigada como objeto de estudio³, mediante la diversidad de metodologías de las denominadas Ciencias Sociales. Para aproximarse a la realidad social que entraña la prensa existen, al menos, cinco métodos o perspectivas: la histórica, la comparativa, la crítico-racional, la cualitativa y la cuantitativa. De las cinco perspectivas de estudio sobre la prensa, se eligió primordialmente la histórica, que se ocupa de investigar la sociedad y sus

² Al menos existen tres grandes tipos de investigaciones: las teóricas, las empíricas y las que integran a ambas, al combinar un trabajo teórico y empírico a la vez (Vilches, 2011:58).

³ Las investigadoras García y Berganza (2005:21-24), quienes incluyen al periodismo como una de las áreas académicas de la comunicación mediática, plantean que “Debido a la polisemia del término ‘comunicación’ y a la amplitud de fenómenos que engloba, le hemos puesto límites con el adjetivo ‘mediática’. Esta disciplina se propone como objeto de estudio ‘el análisis de los procesos de producción, transmisión y recepción de contenidos simbólicos a través de las instituciones de los medios’”.

fenómenos presentes y sus antecedentes, ya que es “considerada como un hacerse histórico, con un antes que la causa y un futuro por venir que se está construyendo” (García y Berganza, 2005:28).

El sociólogo español Miguel Beltrán (1985:11-12) abunda al respecto que el científico social que aplica el método histórico busca en la historia el conjunto de múltiples causas que rodean el proceso social de que se trate y explora la variedad de instancias que hayan podido influir, condicionar o determinar el caso estudiado, ya que las Ciencias Sociales no pueden versar sobre el presente, sino buscando su génesis en el pasado. Si han de haber Ciencias Sociales del presente éstas han de apoyarse en una historia del presente, esto es, en una historia. (Beltrán, 1985:11-12).

Esta investigación de tesis doctoral comenzó, basándose en la perspectiva histórica, con un primer acercamiento a la bibliografía disponible relacionada con la temática de la historia general de la prensa mexicana, con el propósito de orientar y contextualizar un estudio de caso de la prensa del Estado de Sonora, México.

Durante la revisión empírica de los contenidos de las obras bibliográficas y de las revistas especializadas detectadas, revisadas y analizadas durante la fase inicial de este trabajo se encontró que los investigadores que han estudiado a la prensa de México lo han hecho básicamente a partir de dos tipos de abordaje, siendo estos: 1.) Como fuente de información; y 2.) Como objeto de estudio en sí mismo.

En el primer tipo de abordaje, la prensa ha sido la fuente de información para los trabajos de investigación de los distintos científicos sociales, como historiadores, antropólogos, economistas y sociólogos, entre otros, porque la prensa de México

se ha convertido, al menos desde el periodo histórico conocido como la Independencia, en el “mejor registro de la vida social del país” (Toussaint, 1989:7). Este primer tipo de abordaje toma en cuenta a la prensa, primordialmente, como una de sus diversas fuentes de información documental⁴. En cambio, en el segundo tipo de abordaje, la prensa ha sido adoptada como objeto de estudio en sí misma, por parte de comunicólogos y periodistas, entre otros investigadores, para conocer y explicar su desarrollo en algunas de sus facetas, ya sea el de su influencia en los ámbitos político, económico, tecnológico, social y cultural en determinada coyuntura en el territorio nacional. Este segundo tipo de abordaje coloca en el centro del análisis a la actuación de la prensa mexicana, aunque generalmente en los estudios realizados sobre dicho medio impreso ésta no ha sido ubicada en un contexto histórico-social, político y económico, sino más bien, mayoritariamente, se han hecho catálogos de las publicaciones periodísticas y se ha descrito someramente su desenvolvimiento.

Debido a que la prensa ha sido delimitada como objeto de estudio en sí misma, en el presente trabajo de tesis doctoral, la atención se ha centrado en la revisión empírica de la producción historiográfica para detectar cómo ha sido el mencionado abordaje en tales textos⁵. Para realizar dicha revisión empírica se buscaron los títulos de obras y de los artículos publicados en revistas científicas con la temática sobre el desarrollo de la historia general de la prensa mexicana y

⁴ “En nuestra historiografía, el periódico ha servido más como fuente que como objeto de estudio. Del análisis y consulta de sus contenidos se han derivado conclusiones respecto de las materias que tratan pero sin hacer mención de las características del medio. La prensa no es sólo vehículo, se constituye también como protagonista de la vida cultural”, establece la investigadora Florence Toussaint (1989: 7-8).

⁵ “La historiografía es un discurso especializado que el presente hace sobre el pasado; que se preocupa, a partir de huellas o vestigios dejados por el pasado, de reunificar lo que previamente fue separado (el presente del pasado); y que esta forma discursiva corresponde a la experiencia del tiempo, propia de nuestra modernidad” (Mendiola y Zermeño, 1998:167).

que, preferentemente, abarcara desde su aparición hasta la época contemporánea. Las fuentes para la citada consulta, en esta etapa de la investigación, fueron los catálogos bibliográficos y catálogos de las revistas disponibles en las bibliotecas de la Universidad de Sonora, de El Colegio de Sonora y del Instituto Nacional de Antropología e Historia-Centro INAH Sonora. También se realizó una búsqueda al respecto en los sitios de Internet de la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM⁶, donde se utilizó su herramienta de búsqueda avanzada y se colocaron las palabras claves de “historia”, “prensa” y “México”, resultando 256 títulos de libros y artículos de revistas. Asimismo, se eligió el sitio de dialnet.unirioja.es que contiene información de la red de bibliotecas universitarias de Iberoamérica⁷, y del que se obtuvieron en total 54 documentos, mediante la búsqueda con la inserción de las palabras claves “historia de la prensa en México”. De igual forma se buscó en la dirección de redalyc.org donde resultaron 152 documentos⁸, mediante el uso de la herramienta de búsqueda avanzada con la palabra clave “prensa”, seleccionando al país México, para analizar y contrastar la información acumulada. Las obras y artículos encontrados y revisados⁹, que adoptaron como tema central la historia general de la prensa en México, desde su origen hasta la época contemporánea, son las que a continuación se enumeran¹⁰:

⁶ Recuperado de <http://bibliotecas.unam.mx/>

⁷ Recuperado de http://dialnet.unirioja.es/buscar/documentos?querysDismax.DOCUMENTAL_TODO=historia+de+la+prensa+en+mexico

⁸ Es la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal.

⁹ Se localizaron además las obras de Timoteo y Martínez (1992), Bernedo (2004) y Zeta *et al.* (2004), el primero de los cuales contiene la evolución general de la prensa de varios países de América Latina, Europa y Estados Unidos, incluida la prensa mexicana, pero sin que esta última sea el objeto central de sus análisis, por lo que no fue incluida en nuestro listado, como sí ocurrió, en forma más detallada, en el caso de otros autores

1. Avilés Solís, Carmen; Hernández Ortiz, Emanuel; Horta, Julio. (Coords.) (2011): *Periodismo en México. Recuento e interpretaciones*. México, Editorial Porrúa.
2. Palacio, Celia del. (2006): *Siete regiones de la prensa en México 1792-1950*. México, Miguel Ángel Porrúa-Universidad de Guadalajara-CONACYT.
3. Musacchio, Humberto. (2003): *Historia gráfica del periodismo mexicano*. México, Gráfica, Creatividad y Diseño.
4. Reed, Luis y Ruiz, María del Carmen. (1995): *El periodismo en México: 500 años de historia*. México, Edamex-Club Primera Plana.
5. Covo, Jacqueline. (1993): *La prensa en la historiografía mexicana*. Historia Mexicana. México, El Colegio de México, vol. XLII, núm. 3 (167) enero-marzo.
6. Ruiz Castañeda, María del Carmen. (1990): *La prensa, pasado y presente de México* (2ª edición). México, UNAM
7. Henestrosa, Andrés. (1990): *Periódicos y periodistas de Hispanoamérica*. México, Publicaciones Mexicanas.
8. Fernández Christlieb, Fátima. (1989): *Los medios de difusión masiva en México* (7ª edición). México, Juan Pablos Editor.
9. Bohmann, Karin. (1989): *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. México, Conaculta-Alianza Editorial Mexicana.

que se citan en el presente trabajo. Tampoco fueron incluidas las obras de Bernedo (2004) y Zeta *et al.* (2004), quienes contribuyen de manera muy general sobre la caracterización de los periódicos mexicanos, debido a que su exposición tiene como objetivo más amplio el análisis de la prensa de América Latina en su conjunto.

¹⁰ Este listado abarca las obras sobre la historia general de la prensa mexicana que fueron publicadas durante el transcurso del siglo XX y lo que va del XXI, complementándose con los catálogos publicados en el artículo de Palacio (1998:9-46), “Historiografía de la prensa regional en México”; en el artículo de Fuentes (1995-1996:285-318), “Estudios académicos sobre periodismo en México”; así como con la ponencia de Fernández *et al.* (2012:1141-1148), “Historias del periodismo en México: entre la reflexión y la revisión”.

10. Argudín Vázquez, Yolanda. (1987): *Historia del Periodismo en México. Desde el Virreinato hasta nuestros días*. México, Panorama Editorial.
11. Ochoa Campos, Manuel. (1968): *Reseña histórica del Periodismo Mexicano. Edición conmemorativa del tricentenario del nacimiento de nuestro primer periodista*. México, Editorial Porrúa, S. A.
12. Bravo Ugarte, José. (1966): *Periodistas y periódicos mexicanos (hasta 1935. Selección)* (1ª edición). México, Editorial Jus.
13. Alvear Acevedo, Carlos (1965): *Breve historia del periodismo*. México, Jus
14. Romero Flores, J. (1965): *El periodismo en México: síntesis histórica*. México, Gobierno del Estado de Michoacán.
15. Ross, Stanley R. (1965): *El historiador y el periodismo mexicano*. Historia mexicana Vol.VIV enero-marzo Num.3. El Colegio de México. P. 347-382.
16. Carrasco Puente, Rafael. (1962): *La prensa en México: datos históricos*. México, UNAM.
17. Velasco Valdés, Miguel. (1955): *Historia del periodismo mexicano*. México, Porrúa.
18. Torres, Teodoro. (1937): *Periodismo*. México, Editorial Jus.
19. Ibarra de Anda, Fortino. (1937): *El periodismo en México: Las mexicanas en el periodismo* (segundo tomo, 2ª edición). México, Editorial Jumenta.
20. Ibarra de Anda, Fortino. (1934): *El periodismo en México: Lo que es y lo que debe ser: un estudio del periodismo y del periodista mexicanos y de las posibilidades de ambos para el futuro* (primer tomo). México, Imprenta Mundial.
21. Lepidus, Henry. (1928): *The history of mexican journalism*. The University of Missouri, Bulletin, 29 (4), 1-85.

Tras la revisión bibliográfica y análisis de las obras enumeradas anteriormente se observaron dos planteamientos centrales, en torno a las obras que tienen como objeto de estudio la historia de la prensa de México:

- a.) La carencia de un marco teórico general sobre el desarrollo de la prensa mexicana; y
- b.) Algunas propuestas generales de periodización y caracterización de la prensa nacional, desde su origen hasta la época contemporánea.

Sobre el inciso “a”, relacionado con la carencia de una teoría general sobre el desarrollo de la prensa del país, la investigadora Celia del Palacio (1991:508) escribió, al referirse a la ausencia de un marco teórico en torno a los estudios regionales o locales sobre la prensa, “esto no es de sorprender, ya que incluso a nivel nacional, los estudios sobre prensa adolecen de estas mismas fallas: no hay un marco teórico en el cual basarse”.

En cuanto al inciso “b”, referente a los estudios realizados sobre los períodos o caracterizaciones del desarrollo de la prensa en México, la investigadora Jaqueline Covo hace un planteamiento clave relacionado con la propuesta de formulación de tipologías del desarrollo histórico de la prensa en México:

Se hace necesaria una historia general de la prensa mexicana -y latinoamericana-: a la nomenclatura ha de añadirse un estudio minucioso por épocas y estados -particularmente en lo que toca a la época actual, bastante deficiente a este respecto-, una tipología formada con un criterio científico y una periodización y cuantificación que ponga en evidencia los momentos de fermentación periodística o, por el contrario, los del silencio y represión, que sería el complemento de un estudio atento de la legislación sobre imprenta, punto sobre el cual volveremos. Se precisaría así la función de la prensa en la vida política, pero también su relación con las circunstancias geográficas, sociológicas y culturales de la nación y sus componentes (Covo, 1993:696).

Con relación a los estudios realizados sobre los períodos o caracterizaciones del desarrollo de la prensa en México, Celia del Palacio apunta además que la mayoría de tales historias son una recopilación cronológica de títulos de publicaciones, en el mejor de los casos, con un corto estudio preliminar que poco tiene que ver con los periódicos en sí. La investigadora añade que también existe el otro extremo, relacionado con la historia del periodismo mexicano, en el cual se realizan estudios especializados de una sola publicación y su importancia desde el punto de vista literario, científico, político o lo que sea, al igual que hemerografías y biografías de los editores e impresores importantes, pero sostiene que no se realiza el más mínimo intento de teorización sobre el material, debido a que la clasificación casi siempre es temática -periódicos políticos, informativos, literarios, católicos, obreros e infantiles, etc.-; y que su clasificación temporal deja mucho que desear porque no tiene alguna justificación teórico-metodológica (Palacio, 1991:505-508). Por su parte, Toussaint (1989:8) expone que en las investigaciones existentes en torno a los periódicos mexicanos, a estos “se les ha visto como aislados de la sociedad que les da origen”, por lo cual se han producido mayoritariamente descripciones, biografías y hemerografías que “recogen datos sueltos”.

Los planteamientos citados de Palacio, Covo y Toussaint fueron escritos hace más de 20 años y la situación a la que aludían en ese entonces se mantiene en nuestros días, sin una variación destacable, debido a que no se han detectado obras diferentes a las características planteadas por las mencionadas autoras. Tomando en cuenta las carencias expuestas por las investigadoras citadas en el párrafo anterior, relacionadas con la inexistencia de una teoría general histórica

sobre el desarrollo de la prensa mexicana y de la falta de contextualización social de los periódicos que ya han sido estudiados hasta ahora, la búsqueda se enfocó en torno a una periodización del desarrollo de la prensa que abarcara desde su origen hasta la época actual y que sirva de referencia para profundizar en su caracterización y contextualización social, con el propósito de obtener determinados conceptos y matrices¹¹ que permitan aplicarlas al estudio de la prensa en Sonora. Uno de los autores revisados al respecto, José Bravo (1966), propuso en su obra el abordaje del periodismo mexicano en dos etapas, las cuales denominó *formativa* y de *desarrollo*.

Después de *la etapa formativa* -fecunda en hojas volantes y folletos noticiosos-, nace el *periódico mexicano*, en cuyo desarrollo cabe distinguir dos periodos: uno, muy largo, en que es *gradual*, caracterizado por haber sido informativo en sus albores y luego, por muchos años, predominantemente político; y otro, de *grande y completo desarrollo*, conforme a las ideas periodísticas y adelantos modernos. Ambos periodos tienen, naturalmente, subdivisiones. Prescindiendo de éstas, que adelante indicaremos, las principales partes de esta obra son las siguientes:

- I. *Etapla formativa* (1541-1722)
- II. *Desarrollo* (1722-1896)
 1. *Gradual* (1722-1896)
 2. *Completo* (desde 1896) (Bravo, 1966:14).

La propuesta anterior de José Bravo está basada en los puntos de inflexión, por ejemplo, que significaron la aparición del primer impreso informativo en la Nueva España en 1541 y la creación del primer periódico en 1722, para abarcar la “etapa formativa” del periodismo. Sin embargo, sus categorías analíticas son insuficientes para la contextualización histórica, política y económica de la prensa y que

¹¹ El Diccionario de la Real Academia Española (DRAE) da el significado de “matriz”: aparte de la víscera de la mujer y de las hembras mamíferas, donde se desarrolla el feto hasta el momento del parto; la matriz es un molde de cualquier clase con que se da forma a algo; así como también es la “entidad principal, generadora de otras”. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/?val=matriz>

permitan la comprensión y explicación de su desarrollo novohispano y el mexicano independiente en general. De igual forma, los conceptos que utiliza Bravo (1966:14) para designar la evolución de la prensa, como *formativa* y desarrollo *gradual* y *completo*, corresponden a una perspectiva de tipo teleológica, en la cual el científico social ya conoce de antemano el orden de la historia, en este caso la periodística. Asimismo, el mencionado autor omite en general la explicación sobre las relaciones, financiamiento y formas de control que ejercieron los grupos políticos y económicos que se enfrentaron en ese lapso, el uso que hicieron de los periódicos a su alcance, y lo que pudieron afectar o influir en el desenvolvimiento de la prensa de la época, ya que sólo hace descripciones, sin plantear una contextualización social, política y económica.

En el caso de María del Carmen Ruiz (1990:7), esta autora ha propuesto una periodización general amplia y precisa en su delimitación temporal, como parte de un proyecto de investigación de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), relacionado con la historia de la prensa en el país. Ruiz expuso en total diez periodos en su obra, que comprenden desde la conquista española, pasando por la Independencia y la revolución mexicana, hasta la década de los años noventa del siglo XX, los cuales se enumeran a continuación:

La Colonia (1521-1810); la insurgencia y finales del virreinato (1810-1821); el primer Imperio e inicios del centralismo (1821-1835); la dictadura de Santa Anna (1835-1853); la época de la Reforma (1854-1861); el gobierno liberal y Segundo Imperio (1861-1867); la república restaurada (1867-1876); el Porfiriato (1876-1910); la Revolución (1910-1917); y las épocas moderna y contemporánea (1917-

1990)¹². La exposición sobre la periodización de la prensa mexicana, planteada en la obra de Ruiz (1990), se presenta en forma sintetizada y esquematizada en la siguiente figura número 1 de este trabajo.

Figura No. 1
Clasificación de los periodos de desarrollo
de la prensa en México, según María del Carmen Ruiz

Nombre	Periodo	Periódicos seleccionados de cada periodo
La Colonia	1521-1810	Hojas volantes, mercurios, gazetas, <i>Gazeta de México</i> y <i>Diario de México</i>
La insurgencia y fin del virreinato	1810-1821	<i>El Despertador Americano</i> , <i>Ilustrador Nacional</i> , <i>Gaceta de México</i> , <i>El Pensador Mexicano</i>
El primer Imperio y los comienzos de la república	1821-1835	<i>Gaceta Imperial</i> , <i>El Mosquito Mexicano</i> , <i>El Observador de la República Mexicana</i> , <i>El Fénix de la Libertad</i>
La dictadura de Santa Anna	1835-1853	<i>El Siglo Diez y Nueve</i> , <i>El Monitor Republicano</i> , <i>Diario del Gobierno de la República</i> , <i>El Universal</i> , <i>The American Star</i> , <i>Le Trait d'Union</i>
La época de la Reforma	1854-1861	<i>El Siglo Diez y Nueve</i> , <i>El Monitor Republicano</i> , <i>La Espada de D. Simplicio</i> , <i>El Universal</i>
El gobierno liberal y el Segundo Imperio	1861-1867	<i>El Siglo Diez y Nueve</i> , <i>El Monitor Republicano</i> , <i>Le Trait d'Union</i> , <i>La Chinaca</i>
La República Restaurada	1867-1876	<i>El Siglo Diez y Nueve</i> , <i>El Monitor Republicano</i> , <i>Le Trait d'Union</i> , <i>El Globo</i> , <i>El Padre Cobos</i> , <i>El Socialista</i> , <i>El Federalista</i> , <i>El Hijo del Trabajo</i> , <i>El Ahuizote</i> , <i>Juan Panadero</i>
El Porfiriato	1876-1910	<i>El Imparcial</i> , <i>El Diario del Hogar</i> , <i>El Monitor Republicano</i> , <i>El Siglo Diez y Nueve</i> , <i>El Mundo</i> , <i>La Patria</i> , <i>El Tiempo</i> , <i>El Hijo del Ahuizote</i> , <i>El Universal</i> , <i>El Diablito Rojo</i> , <i>El País</i> , <i>Regeneración</i>
La Revolución	1910-1917	<i>El Demócrata</i> , <i>El Constitucionalista</i> , <i>La Convención</i> , <i>El Imparcial</i>
Las épocas moderna y	1917-1990	<i>El Universal</i> , <i>Excélsior</i> ,

¹² Ruiz concluyó hasta el año 1990 su periodización de las épocas moderna y contemporánea porque en ese año coincidió con la publicación de la segunda edición de su obra citada, misma que fue retomada y reformada, en varios de sus aspectos, en nuestro estudio doctoral, fundamentalmente lo relacionado con la periodización general descrita sobre la prensa mexicana.

contemporánea		Organización Editorial Mexicana, <i>La Jornada</i>
---------------	--	---

Figura: elaboración propia

Fuente: Ruiz, 1990

En la obra de María del Carmen Ruiz (1990), publicada por la UNAM y denominada *La prensa. Pasado y presente de México*¹³, y sintetizada en la figura No.1 de esta tesis doctoral, se establece la duración de cada uno de los diez periodos mencionados, así como también se describen algunas particularidades relevantes y se muestran en sus páginas los facsímiles de diarios seleccionados de cada periodo, aunque no profundiza, al igual que lo ocurrido con la periodización de José Bravo (1966), en las funciones político-económicas de la prensa, ni tampoco en el avance tecnológico que registró la actividad periodística en cada periodo, entre otras posibles categorías de análisis. Sin embargo, dicha periodización histórica de Ruiz sirve como un referente valioso para identificar y acotar nuestro objeto de estudio, complementando y reformando la mencionada periodización de Ruiz con las caracterizaciones y contribuciones de otros autores de obras consultadas sobre estos temas y citadas en el presente texto.

Los diez períodos descritos por Ruiz (1990), que se muestran en la figura No.1, concuerdan en general con los períodos que han esbozado historiadores y otros investigadores para estudiar la amplia historia de México, basándose estos últimos

¹³ La propia Ruiz, en coautoría con Reed (1995), publicó posteriormente otra obra denominada *El periodismo en México: 500 años de historia*, como una compilación de diversos estudios sobre la historia de la prensa en México, presentados en forma de capítulos, desde su origen hasta la época contemporánea, en la cual profundiza en el análisis sobre los distintos periodos de su desarrollo periodístico, aunque la delimitación hecha en su primera obra citada *La prensa. Pasado y presente de México* es la más precisa en cuanto a la duración de cada periodo analizado. Otro autor que también se propuso realizar una periodización general sobre el desarrollo del periodismo mexicano fue Moisés Ochoa Campos, con su obra *Reseña histórica del periodismo mexicano*, texto carente de rigor y sistematización, argumento que contribuyó a descartarlo y optar por tener como referente la periodización de Ruiz (1990) en la presente investigación de tesis doctoral. En el caso de las periodizaciones de Fernández (1989) y Bohmann (1989) tampoco son precisas o explícitas con respecto a los años de duración de sus intervalos históricos, mientras que de la autora Palacio (1991) se retomaron sus ideas relacionadas con los conceptos de prensa artesanal, prensa manufacturera y prensa industrial. Con relación a Fernández (1989), aunque no delimita con precisión los periodos del desarrollo de la prensa mexicana, se rescatan de dicha autora sus conceptos sobre el rol de las facciones o grupos políticos que se disputan el poder del Estado mexicano, las condicionantes de su propiedad, entre otros aspectos, que son citados en el texto del primer capítulo de este trabajo.

en categorías de análisis propias de su disciplina científica social. Con dicha propuesta de Ruiz se ha podido avanzar en la sistematización y encauzar el estudio del desarrollo de la prensa, empero, en dicha periodización de la figura No.1 no se tomó en cuenta la dinámica específica, ni una lógica propia ni tampoco otras categorías de análisis para clasificar el desarrollo de la prensa mexicana en la citada obra de Ruiz (1990).

Teniendo como un referente importante la periodización de la figura No.1 de este trabajo, basado en la periodización expuesta por Ruiz (1990), aunado a los planteamientos de autores como Covo (1993), Palacio (1991) y Bravo (1966), entre otros, el autor de la presente tesis doctoral hizo sus análisis y la formulación de otra periodización diferente sobre la interpretación del desarrollo de la prensa en México. A todo ese cúmulo de información recolectada se le aplicaron algunos elementos de la técnica heurística, de clasificación, de análisis y síntesis, que exponen los autores Heineman, Sokal y Espinosa, así como también varias categorías relacionadas con la información o el periodismo, de acuerdo con Timoteo.

Al respecto, se explican algunos de los conceptos aplicados a nuestro análisis sobre el desarrollo de la prensa mexicana, los cuales son principios de otras disciplinas científicas. El análisis heurístico es concebido en la presente investigación como lo plantea Martha Heineman, quien lo entiende como “cualquier estrategia para resolver un problema, que parezca como un camino que posiblemente nos llevará hacia información relevante, confiable y útil” (Espinosa, 1998:477). Para completar y reforzar al análisis heurístico mencionado se agregaron los conceptos de clasificación y determinadas categorías, con el

propósito de sintetizar la información, exponer definiciones conceptuales operativas y proponer matrices que faciliten la comprensión y explicación del objeto estudiado, en este caso la prensa mexicana y, en particular, la del estado de Sonora.

En torno al concepto de clasificación, incluido en nuestro trabajo, concordamos con lo que señala el antropólogo austriaco Robert Sokal, cuando sostiene que “la clasificación es uno de los procesos fundamentales en la ciencia. Los hechos y fenómenos deben ser ordenados antes de que podamos entenderlos, y para desarrollar principios unificadores que expliquen su ocurrencia y el orden aparente” (Espinosa, 1998:467). Por su parte, el autor Guillermo Espinosa (1998:479) considera que una investigación científica requiere de procesos de análisis de datos y de un proceso de síntesis.

El investigador tiene que separar aquello que parece tener un verdadero significado de lo que no lo parezca; debe poder presentar resultados de manera nítida, comprensible, aun a riesgo de haber dejado de lado asuntos relevantes, para mostrar sus conclusiones con alguna contundencia razonable. Así, el análisis conduce a identificar, o proponer, partes que constituyen el todo, para su consideración en la investigación; mientras que la síntesis implica intelegir cuáles son las envolventes de aquellos sucesos que se investigan, y que de manera sucinta permiten entenderlos” (Espinosa, 1998:479).

A su vez, Timoteo (2004:28) plantea que la información, o el periodismo en este caso, cumple funciones de primer orden, de fijación de códigos de comportamiento, de justificación del poder, de intermediación económica y de territorio, “funciones tan necesarias e importantes siempre como tradicionalmente lo han sido el pan o la sal, por ejemplo”. Manifiesta que la importancia de la información y sus productos lleva muy pronto a una categorización de los mismos y a que “se vean afectados desde los orígenes por la situación política, por el

desarrollo tecnológico, por los materiales y capacidades de producción, de distribución, de precio y venta, por el juego de los agentes interesados y por el mercado final de consumidores, usuarios y receptores” (Timoteo, 2004:28). Con los planteamientos retomados de Heineman, Sokal y Espinosa, así como de Timoteo, se seleccionaron varias categorías para aplicarlas al análisis del desarrollo histórico de la prensa mexicana, las cuales se presentan en forma sintética en la siguiente figura número 2.

Figura No. 2
Categorías analíticas
para aplicar al desarrollo de la prensa mexicana

Periodo histórico
Marco regulador
Área geográfica de influencia
Tipo de propiedad
Unidad productora
Función dominante
Contenido principal
Tipo de plataforma de distribución de noticias
Tipo de audiencia
Modelo de negocio

Figura: elaboración propia

Cada una de las categorías enumeradas en la figura número 2 son desglosadas, a continuación, para su mayor comprensión. Por ejemplo, la categoría de periodo histórico es clave porque nos permite clasificar el desarrollo de la prensa de México por determinadas etapas, tomando en cuenta las diversas categorías de la referida figura No.2, como lo representan el marco regulador vigente (por ejemplo, leyes sobre la libertad periodística) que influye en cada fase del desarrollo

histórico de la prensa, ya que existen diferencias notorias entre algunas legislaciones restrictivas de principio del siglo XIX, comparadas con las del siglo XX en México; también se toma en cuenta el área geográfica de influencia de los medios impresos, que puede hacer variar las características de la prensa, ya que no es lo mismo una prensa con vocación regional con respecto a una prensa con vocación nacional. Asimismo, se toma en cuenta el tipo de propiedad al que está sujeto el desenvolvimiento de la prensa, ya sea privada, pública o mixta, si está concentrada su propiedad o no; además es un referente valioso el tipo de unidad productiva de los periódicos (por ejemplo, la prensa artesanal, la manufacturera o la industrial); de igual forma, es una categoría la función dominante que, desde la perspectiva política y económica, ejerce la prensa, es decir, la forma en que influye y es influida por el sistema político y económico imperante. También se toma en cuenta el contenido principal de la prensa, si éste es sólo de carácter informativo o predominantemente de opinión o doctrinario. Además se contempla el tipo de plataforma de distribución de noticias, ya sea como periódico de papel, su versión en la web y su versión en los móviles; y también se toma en cuenta el tipo de lectores o audiencias al que va destinado el producto de la prensa, es decir, la clasificación de los receptores. En el caso del modelo de negocio, se analiza si éste es de tipo publicitario, de venta de ejemplares en la vía pública o mediante el sistema de suscripciones.

Como parte de este proceso cognoscitivo, y luego de la respectiva aplicación de las diez categorías descritas al cúmulo de información que hemos recopilado, se han logrado detectar e identificar dos grandes clasificaciones que envuelven al

desarrollo de la prensa en México, las cuales han sido identificadas y denominadas de la siguiente forma:

- a.) La *prensa orgánica* (1541-1915); y
- b.) La *prensa industrial* (1916-hasta la actualidad).

Con el rescate de aportaciones de los distintos autores que son citados en el presente texto, así como la reflexión y análisis del autor de la presente tesis doctoral, se procedió a sintetizar y a exponer los conceptos y elementos constitutivos correspondientes a esas dos grandes clasificaciones del desarrollo general de la prensa de México, desde su origen en 1541 hasta la época contemporánea. Dicho resultado se encuentra sintetizado en la matriz periodística de la figura No.3 del presente trabajo, que puede consultarse en el apartado de anexos, al final de esta tesis doctoral, y que proporciona una visión general del desarrollo de la prensa mexicana, desde que fue publicado el primer impreso informativo.

La prensa orgánica

Para describir, analizar, comprender y explicar el desarrollo de la *prensa orgánica* mexicana¹⁴, ésta fue subdividida, a su vez, en los siguientes dos tipos: la *prensa orgánica colonial* (1541-1809); y la *prensa orgánica polarizada* (1810-1915). La

¹⁴ El concepto “orgánica”, atribuido a la mencionada prensa colonial y polarizada, fue retomado en el sentido gramsciano de la “organicidad”, según el cual todo grupo social y económico “se crea al mismo tiempo y orgánicamente una o más capas de intelectuales, que le dan homogeneidad y conciencia de su propia función, no sólo en el campo económico, sino también en el social y el político” (Gramsci, tomo 2, 1975:11). En este caso, la capa de intelectuales ilustrados, que congregó la monarquía española en torno a la prensa, contribuyó a mantener su férreo control y lealtad al régimen absolutista en la llamada Nueva España, hoy México, así como las distintas facciones que surgieron posteriormente en el México Independiente y el de la revolución aglutinaron a intelectuales que difundían sus ideas e intereses facciosos.

subdivisión es pertinente porque, aunque ambos tipos de prensa tienen denominadores comunes importantes, existen elementos que permiten diferenciarlas y caracterizarlas en forma clara y precisa, para posibilitar su abordaje y estudio y tener una mayor comprensión sobre su desenvolvimiento histórico.

En ese sentido, se describen y explican los conceptos constitutivos de la llamada *prensa orgánica colonial*. Durante este periodo histórico, que abarcó de 1541 hasta 1809, las autoridades virreinales aplicaban en el territorio americano, como representantes de la corona española, las regulaciones sobre la propiedad y manejo de la imprenta, censuraban los contenidos de los impresos o periódicos que se editaban, al igual que coaccionaban y controlaban la distribución de los ejemplares en la Nueva España. Tales cartabones impuestos durante la Colonia española contribuyeron a abonar las condiciones para el surgimiento y mantenimiento de una prensa vinculada orgánicamente a los intereses dominantes de la monarquía peninsular y también dispuesta a defender todo lo que representaba dicho régimen. Por tales razones, a la prensa que se desarrolló envuelta en esas condicionantes históricas y sociales se le confiere, en el presente trabajo, la denominación de *prensa orgánica colonial*, que abarcó simbólicamente el lapso desde la impresión de la primera hoja volante informativa en una imprenta situada en la Nueva España, en 1541, hasta antes que comenzara el declive del dominio absoluto del régimen colonial español, con el estallido de la revolución de Independencia en septiembre de 1810.

La monarquía española, durante el gran periodo de la Colonia en la Nueva España, condicionó y sometió a la prensa a autorizaciones para la adquisición de

las imprentas, su manejo en general, la producción y distribución de sus ejemplares impresos, medidas con las cuales pudo cribar y determinar quienes merecían convertirse o desempeñarse como productores de papeles informativos y sancionar a los escasos o casi nulos súbditos que intentaran infringir sus drásticas regulaciones. El resultado de todo ese proceso desembocó en una prensa hegemónicamente afín a los intereses absolutistas, sin algún tipo de contrapeso de otro tipo de medios impresos. La prensa orgánica colonial se distinguió por ser absolutista, debido a que el férreo control que mantuvo la monarquía española, sobre todo el proceso de producción y distribución de los papeles impresos informativos, así como en torno a la propiedad de las imprentas en las cuales se editaban, propició que sus contenidos fueran enteramente favorables a dicho régimen monárquico. Asimismo, la prensa colonial fue elitista, ya que era producida esencialmente por miembros de la élite ilustrada y destinada al consumo de las propias élites políticas y económicas. Para reforzar además su control directo en materia informativa, el virreinato convirtió en 1810 a la *Gazeta del Gobierno de México* en su periódico oficial.

En síntesis, la *prensa orgánica colonial* representa la unidad artesanal que produjo impresos y periódicos para las ilustradas élites políticas y económicas asentadas en determinadas regiones de la Nueva España, desarrollándose ésta en forma hegemónica en el periodo histórico comprendido de 1541 hasta 1809, siendo regulada por bandos o decretos emitidos por la corona española, que restringieron al máximo la libertad política de la imprenta, pero también fue influida, particularmente, por el poder de la jerarquía de la iglesia católica.

Sin embargo, la denominada guerra de Independencia, declarada por los insurgentes a partir del 16 de septiembre de 1810, fue un periodo en el que empezó a tambalearse e ir en declive la estructura de dominación gubernamental, militar, política y económica de la corona española, debido al descontento y lucha armada y de propaganda emprendida por los grupos de insurgentes de la Nueva España. Los criollos descontentos con la monarquía peninsular, así como los insurgentes y otros intelectuales críticos empezaron a lanzar sus periódicos para difundir sus ideas y la lucha armada contra los españoles. Ante dicha embestida bélica y periodística de los independentistas, la corona española desencadenó una serie de ataques militares contra los sublevados, además de que prohibió la distribución y la lectura de la prensa insurgente, llegando al extremo de amenazar con la pena de muerte a quienes produjeran o, inclusive, tan sólo leyeran y retuvieran los periódicos sediciosos. En estas circunstancias militares, políticas y sociales convulsas surgió la denominada *prensa orgánica polarizada* (1810-1915). Con la fuerza que le confería el Estado español, las autoridades virreinales novohispanas orientaron y controlaron a la prensa afín a ellas, también llamada prensa realista, contraponiéndola a la denominada prensa insurgente e independentista que había aparecido desde septiembre de 1810. Precisamente el virreinato, en su órgano oficial *Gazeta del Gobierno de México* publicó la información sobre la excomunión, aprobada por parte de la jerarquía de la iglesia católica, como medida de sanción a los sacerdotes y seguidores de estos que se habían sublevado, como el caso del párroco insurgente Miguel Hidalgo, mientras que los periódicos de estos combatientes, entre ellos *El Despertador Americano*, criticaban en sus páginas a las autoridades virreinales y a sus acciones.

Después de la declaratoria formal de la independencia en México, en el año de 1821, desapareció la tutela militar, política y económica directa de la corona española, pero el andamiaje social que creó la Colonia y le dio vida durante los tres siglos previos, no iba a ser socavado de un solo golpe, por lo que tendrían que transcurrir años y emerger condicionantes inéditas para formar a la nueva nación mexicana, como la promulgación de una nueva constitución nacional que determinaría su forma de gobierno, por citar un ejemplo.

A partir del México independiente, que ya se había liberado de la tutela político-militar de la corona española, comenzaron a tomar forma otros dos grupos principales contrapuestos entre las élites políticas y económicas dominantes de la naciente nación mexicana: la facción de los conservadores y la facción de los liberales. Ambos trataban de definir el proyecto de la nueva nación. En esencia, los conservadores eran los poderosos y privilegiados del antiguo régimen colonial, que se quedaron en el territorio mexicano independizado, como el clero, los militares de alto rango y los grandes hacendados criollos, mientras que los liberales eran fundamentalmente la clase media ilustrada aliada con determinados sectores populares y ex insurgentes de la guerra de independencia, quienes aspiraban a tomar el control político y económico arrancado a la fuerza al gobierno español y que se sentían con derecho por haber contribuido a su caída.

En el presente trabajo de investigación se concibe a las facciones¹⁵ como un grupo o grupos políticos y económicos que pretenden conquistar o mantener el

¹⁵ “La trayectoria de los grandes periódicos mexicanos señala que el principal papel asumido por todos ellos, a través de épocas diferentes, es el de tribuna de expresión de grupos o facciones. Esto no excluye que los diarios hayan cumplido, y cumplan, otro tipo de funciones, como el de publicar noticias, difundir cultura o entretener a los lectores. Sin embargo, consideramos que históricamente la función de la prensa mexicana ha sido la de ser vocero de grupos de poder” (Fernández, 1989:33).

poder, basados en medios pacíficos o violentos. En el caso de las facciones participantes durante las épocas de la independencia y de la revolución mexicana, no sólo se enfrentaron militarmente en el campo de batalla, sino también en el ámbito de la información y propaganda. La lucha armada es propiamente la dimensión militar, mientras que la segunda corresponde a la dimensión político-ideológica. Ambas dimensiones están vinculadas entre sí, siendo su vehículo difusor la prensa de la época, que era el principal medio colectivo. De esta manera, los periódicos se convirtieron en las trincheras de papel en las luchas que sostuvieron las diversas y antagónicas facciones participantes durante los movimientos armados de los siglos XIX y XX. En ese sentido, el debate y la propaganda político-ideológica se registra principalmente en el entorno de la prensa, así como entre otras formas expresivas de menor calado, como las proclamas, los volantes y los libelos. En otras palabras, la guerra de independencia o revolución mexicana no sólo se hicieron a balazos y cañonazos, sino también a través de los periódicos (González, 2001b:17).

Las facciones se proponen como tareas de lucha: en el plano militar, dominar o eliminar a los adversarios o combatientes; en el ámbito económico gestionar su sostenibilidad; en el campo social el reclutamiento de más miembros; y en el plano propagandístico la utilización de medios de difusión, en este caso los periódicos u otros impresos (González, 2001a:19-20). Las facciones no son monolíticas ya que se conforman generalmente por corrientes de opinión internas de grupos moderados y de radicales, las cuales se escinden o confrontan en determinadas coyunturas, generalmente de tipo político o militar.

Durante el llamado periodo de la Reforma en México (1854-1861), la facción de los liberales doblegó temporalmente a los conservadores y abolió los privilegios del clero y de los militares, aunque estos últimos después resurgieron e instauraron el denominado Segundo Imperio. En ese contexto de lucha de facciones antagónicas, que se prolongó durante el siglo XIX y hasta principios de la segunda década del siglo XX, cada bando auspició o financió a periódicos afines para difundir sus ideas, defender sus intereses y combatir los pronunciamientos de sus adversarios. Cuando el general Porfirio Díaz asumió la presidencia de México en 1876, lo hizo precedido de una gran fama como militar, apoyado por diversos grupos políticos y económicos, empero conforme se consolidó en el poder, estableció una estrategia dual hacia la prensa: comenzó a subvencionar a la prensa en general para amordazarla, mientras que a la prensa que no se subordinaba a sus dictados, principalmente en coyunturas político-electorales o conflictivas, la censuraba y la reprimía, ya fuera mediante el encarcelamiento de los periodistas detractores, o bien su destierro o ejecución de su muerte. A los grandes periódicos defensores de los intereses del dictador mexicano Porfirio Díaz se le conoció como prensa porfirista, en tanto a la que no se sometía se le llamaba antiporfirista o de la oposición. El principal periódico subvencionado por el gobierno de Porfirio Díaz fue el diario *El Imparcial*, fundado en 1896 en la ciudad de México, uno de los precursores de la denominada prensa industrial mexicana en el final del siglo XIX, que defendió los intereses del régimen porfirista. En la primera década del siglo XX, la economía de la inmensa mayoría de los mexicanos se encontraba en la pobreza y el régimen de Díaz empezó a resentir un proceso de mayor desgaste, surgiendo los primeros brotes de rebelión

que tomaron impulso cuando el dirigente político opositor, Francisco Madero, convocó a la lucha armada a partir del 20 de noviembre de 1910 para exigir la destitución de dicho general y la realización de elecciones libres y democráticas. Los acontecimientos se precipitaron en forma escalonada y a los pocos meses renunció Porfirio Díaz y luego asumió la presidencia Madero, quien también al año y medio fue derrocado mediante un cruento golpe de estado encabezado por el general porfirista, Victoriano Huerta. La lucha armada se desató de nuevo para combatir al nuevo general usurpador, por parte de la facción llamada constitucionalista o carrancista y dirigida por el gobernador de Coahuila, Venustiano Carranza. Los constitucionalistas lograron derrotar en año y medio a Victoriano Huerta pero, al triunfar la facción constitucionalista, esta última se escindió y se formó otra denominada como la facción convencionista, la cual se confrontó con los primeros, los llamados carrancistas. Las facciones combatientes revolucionarias atrajeron y aglutinaron a grupos de periodistas orgánicos para que crearan periódicos que defendieran sus intereses y atacaran a los contrarios, reproduciendo con ello la dinámica dicotómica en el desarrollo de la prensa mexicana, la disputa entre dos o más facciones principales, desde el año de 1810 hasta mediados de la segunda década del siglo XX. Los periódicos de este periodo, en general, estuvieron orgánicamente vinculados a las facciones en disputa y esa característica intrínseca de su función le confirió la denominación de *prensa orgánica polarizada*.

En síntesis, la *prensa orgánica polarizada* fue una unidad artesanal-manufacturera productora de periódicos que influyó fundamentalmente en el sistema político mexicano, su desarrollo abarcó el periodo histórico de 1810 a 1915, fue regulada

por diversos decretos oficiales y las constituciones de 1824 y 1857; fue controlada o auspiciada en mayor o menor grado por las facciones antagónicas de los liberales y los conservadores en el siglo XIX y por los porfiristas, los antiporfiristas, los constitucionalistas y los convencionistas, entre otras, en la primera y segunda década del siglo XX.

La prensa industrial¹⁶

La última década del siglo XIX y la primera del siglo XX fueron el escenario del declive de la prensa orgánica polarizada, como unidad artesanal-manufacturera productora de periódicos, espacio que empezó a ocupar paulatinamente la prensa industrial, que adquirió posteriormente la hegemonía como industria capitalista editora de diarios impresos, en los dispersos mercados urbanos del territorio de México. La *prensa industrial* mexicana aglutina a la empresa o empresas editoras de periódicos impresos, y también editora de otras plataformas, destinados al consumo de un mercado nacional o regional determinado, cuyo desarrollo comprende un periodo histórico de 1916 a la época actual, misma que ha sido regulada por los artículos 6 y 7 de la Constitución de 1917 y también ha sido influida por los grupos de presión existentes en la sociedad en general, pero particularmente del sistema político y económico.

La prensa industrial mexicana ha tenido fundamentalmente un modelo de negocio publicitario, de ventas de suscripciones y de ejemplares y, en buena medida,

¹⁶ A la denominación contemporánea general de *prensa industrial* se le concibe además en este trabajo de tesis doctoral como una *industria mediática o de contenidos*, alineada a la perspectiva planteada por Bernard Miège (2008), quien la caracteriza como productora de originalidades persistentes; la clasifica en un modelo editorial o modelo de flujo; la relaciona con la publicidad; y asume que tiende a una convergencia en varias facetas y a una mayor concentración de su propiedad.

subvencionada por el Estado¹⁷, al ser disfrazada como publicidad oficial. De hecho, José Carreño (2000) sostiene que el desarrollo de la prensa mexicana contemporánea, desde su nacimiento como industria, es un modelo histórico y estructural de relaciones de subordinación al poder público. Afirma además que la prensa mexicana contemporánea practica el *news management* (gestión de noticias) entendida en “el sentido de que la mayor parte de sus grandes ‘descubrimientos’ informativos suelen ser ‘construcciones’ preparadas con mucha frecuencia en oficinas de manejo de información desde la perspectiva del poder o de los poderes en pugna”. Por su parte, la investigadora Fátima Fernández (1989:19) manifiesta que los periódicos mexicanos del siglo XX, salvo sus primeros 15 años, desarrollan un ‘periodismo oficialista’ al señalar que sus páginas “contienen información oficial boletinada, numerosos anuncios publicitarios, artículos de entretenimiento, cables procedentes de agencias extranjeras y sólo como excepción, críticas y sugerencias a los proyectos de nación. Resumiendo podemos decir que el siglo XX en México, salvo sus primeros lustros, se caracteriza por tener un *periodismo oficialista*”.

A su vez, Hernández (2015:59) plantea al respecto lo siguiente:

Como en muchas partes del mundo, la industria mexicana de la prensa ha sido históricamente beneficiada con apoyos gubernamentales que han hecho posible su subsistencia. No obstante, en el caso mexicano, las características de tales apoyos y sus consecuencias en las relaciones prensa-gobierno en los últimos 100 años, son un factor determinante para entender el tardío y desigual tránsito de una prensa económicamente dependiente –y editorialmente sumisa- a una prensa con vocación empresarial.

¹⁷ Para Pierre Bourdieu (1997:10) el grado de autonomía de un periódico se mide “por la parte de sus ingresos que proviene de la publicidad o de la ayuda del Estado (en forma de publicidad o subvenciones), así como por el grado de concentración de los anunciantes”.

La prensa industrial mexicana ha logrado diversificar, en su evolución histórica, la distribución de sus noticias, además de la tradicional edición impresa, lanzando versiones en la plataforma web, a partir de 1995, y también versiones en las aplicaciones móviles, principalmente a partir de la primera década del siglo XXI. Para la comprensión y la explicación del desarrollo de la prensa industrial mexicana y su distribución noticiosa a través de la web y de las aplicaciones en los soportes¹⁸ móviles, ésta ha sido subdividida en las siguientes etapas en el presente estudio: *prensa industrial impresa* (1916-actualidad), *prensa industrial web* (1995-actualidad) y la *prensa industrial móvil* (primera década del siglo XXI-actualidad). La prensa industrial impresa cuenta además con sus redes físicas y virtuales de distribución de noticias, figurando entre las primeras las entregas de ejemplares de papel en los domicilios y en los kioscos, etc., mientras que entre las segundas se ubican la web, las redes sociales y las *apps* móviles. Las redes virtuales corresponden a la tecnología digital y requieren de sistemas y programas informáticos para operar. En la prensa industrial actual funcionan ambos tipos de redes de distribución noticiosa, las físicas y las virtuales, de las cuales, estas últimas, están adquiriendo mayor presencia en las audiencias, sobre todo en el caso de las redes sociales y de las aplicaciones móviles.

Las dos grandes clasificaciones del desarrollo de la prensa mexicana, la orgánica y la industrial, ambas con sus correspondientes subdivisiones, se sintetizan en la matriz periodística de la figura No.3, p. 342-344, que puede observarse al final en el apartado correspondiente a anexos.

¹⁸ Feijóo (2013:9) señala: “en español llamamos ‘soportes’ a todo lo que sustenta o lleva la información o los datos: papel, formato electrónico o digital (pdf, doc, jpg...), online, offline, televisión, teléfonos inteligentes..., pero no existe una palabra equivalente en inglés. En este idioma –además de con los nombres de los soportes concretos- se puede expresar mediante *devices, consumer/user-equipment, media, platforms...*”.

Si se analiza la producción y distribución de noticias de la prensa industrial de México, se detecta que durante las últimas dos décadas ha distribuido sus contenidos informativos, además de la plataforma de papel y tinta, a través de la web y de los dispositivos móviles, mediante un modelo de negocio que ha descansado fundamentalmente en su matriz impresa.

Cuando la prensa industrial sólo editaba el periódico impreso se caracterizó por ser monoplataforma, es decir, esencialmente sólo contaba con el soporte de papel para distribuir sus noticias, pero cuando también empezó a difundir en la web y en los móviles se distinguió por ser una prensa industrial multiplataforma. El abordaje de la prensa industrial ya era complejo con una sola plataforma, pero su grado de complejidad se hizo mayor con la aparición de las nuevas versiones y distribuciones a través de la web y de los móviles, ya que adquirió un carácter de prensa industrial multiplataforma.

Para adentrarnos en el estudio del desarrollo de la prensa industrial multiplataforma, presentada en la matriz de la figura No.3, se aplicaron las categorías analíticas de la figura No.2 de este trabajo, así como se revisó empíricamente la bibliografía relacionada con las ediciones de la prensa en la web y en los dispositivos móviles, esencialmente de los autores: Fidler (1997); Boczkowski (2006); Cabrera (2000; 2004; 2010a; 2010b; 2013;); Salaverría (2008; 2013); y Aguado (2008a; 2008b; 2010; 2013); entre otros que se citan en esta investigación. En síntesis, la prensa industrial ha tenido una *mediamorfosis* como

medio impreso¹⁹, al incursionar en la web y al lanzar aplicaciones de noticias para móviles en sus procesos de producción y distribución de la información. La prensa se ha adaptado a las emergentes tecnologías y ha podido diversificar sus plataformas de distribución noticiosa, pero aún busca la manera de que las ediciones web y móvil le proporcionen, en general, mayores ingresos económicos adicionales en su modelo de negocio tradicional.

A la actividad que ha desarrollado la prensa en Internet se le ha conocido generalmente como *ciberperiodismo*²⁰, mientras que a la reciente integración de los dispositivos móviles en la prensa, se le ha nombrado principalmente como *periodismo móvil*²¹ (*mobile journalism*, en idioma inglés). El análisis que se ha realizado sobre tales actividades de la prensa industrial, en el presente trabajo de tesis doctoral, se centra en torno al periodismo impreso, al ciberperiodismo y al llamado periodismo móvil.

Después de haber descrito y formulado un marco conceptual interpretativo sobre el desarrollo histórico general de la prensa mexicana, y tras la aplicación de las categorías de análisis de la figura No.2 al desarrollo del ciberperiodismo en México, se detectó en la revisión de las obras bibliográficas y de las revistas científicas relacionadas con la temática, que las ediciones web de la prensa

¹⁹ Roger Fidler (1997:22-23) concibe al proceso de mediamorfosis de la siguiente forma: “the transformation of communication media, usually brought about by the complex interplay of perceived needs competitive and political pressures, and social and technological innovations”.

²⁰ El ciberperiodismo es la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para la investigación, la elaboración y, muy especialmente, la difusión de contenidos periodísticos, según lo definen Díaz y Salaverría (2003:17).

²¹ Aguado y Castellet (2013:187) se refieren al periodismo móvil, aunque no proporcionan una definición de manera explícita. Por su parte, González (2011:7) plantea que al periodismo móvil se concibe como el proceso institucionalizado mediante el cual se recopila, redacta y edita la información noticiosa y de opinión y se distribuye en forma específica y adaptada a las audiencias, a través de dispositivos móviles, cuyos usuarios cuentan con acceso a dicha información en un ecosistema mediático ubicuo, de conectividad constante e interactividad. A su vez, Flores (2010:240) describe al periodismo móvil como la nueva manera de elaborar contenidos periodísticos haciendo uso de un equipo técnico básico: vehículo, ordenador portátil, videocámara digital, cámara fotográfica digital, uno o más teléfonos móviles.

industrial nacional las regulan los artículos 6 y 7 de la Constitución mexicana vigente desde 1917; son fundamentalmente propiedad privada; la edición web tiene la misma función política y económica que ejerce la empresa editora del periódico impreso, porque esta última la controla e integra en su funcionamiento general; sus principales contenidos son la publicidad, entretenimiento, opiniones y noticias suministradas por el diario impreso; su plataforma de producción y distribución ha evolucionado desde la web básica hasta la más compleja; su tecnología se basa en el soporte de los ordenadores, navegadores y la web; su mercado son los usuarios de Internet que acceden a su sitio web; su desarrollo abarca principalmente el periodo de 1995 a la actualidad; mientras que su modelo de negocio es predominantemente publicitario y en mucho menor proporción de suscripción mediante el pago, pero en general dependiente de su matriz impresa. Pablo Boczkowski (2006:82-94) expone que la práctica periodística de los medios en la web ha tenido tres etapas diferentes, conforme a la producción y distribución del contenido en sitios de Internet: la *reutilización*, la *recombinación* y la *recreación*²².

²² Por su parte, la autora María Ángeles Cabrera (2004:404) señala que “según se puede deducir del modo en que han evolucionado los medios desde su aparición en la red, existen distintas formas de volcar sus contenidos informativos, tanto desde el punto de vista redaccional como visual. Los modelos más representativos y en los que coinciden distintos autores son los siguientes: el de reproducción facsimilar, el adaptado, el digital y el multimedia. Estos modelos redaccionales y visuales sufrieron una evolución más rápida que los modelos de negocio en el nuevo medio...”. De acuerdo con la misma autora Cabrera (2004:404), el modelo de reproducción facsimilar consiste básicamente en sólo transmitir las páginas de la versión impresa; en tanto el modelo adaptado supone un volcado simple de los contenidos informativos, sin grandes pretensiones desde el punto de vista del diseño y que incluye algún enlace o hipertexto; el modelo digital que engloba a los cibermedios que aprovechan prácticamente todas las posibilidades que ofrece la red, como la interactividad, diseño atractivo y servicios agregados, entre otros, que lo convierten, a comienzos del siglo XXI, en propiamente un modelo informativo digital; y el modelo multimedia, que ofrece información sonora, audiovisual o textual. “Sin duda, el modelo multimedia es al que aspiran la mayoría de las grandes empresas informativas, una realidad cada vez más cercana en 2003” Cabrera (2004:405). Tales modelos expuestos en dicha obra, además de otros autores que publicaron los suyos alrededor de esos y posteriores años, están resumidos y desarrollados, en esencia, en los tres modelos propuestos por Boczkowski.

Boczkowski (2006: 82-83) explica que la reutilización (*shovelware* en idioma inglés) se refiere a la práctica de tomar información generada originalmente para la edición impresa del diario, sin haber sido modificada con el fin de publicarla en el sitio web o nuevo medio. La reutilización se registró con mayor frecuencia en la etapa inicial del ciberperiodismo en Estados Unidos, Europa y Asia, donde en junio de 1996 se reportó que la mayoría de los periódicos en la red sólo reproducían la información de la versión impresa en su sitio de Internet, con pocos cambios como el hecho de colocar “palabras clave en color azul que ofrecen a los lectores enlaces hipertextuales a notas más detalladas”. El otro tipo de práctica ciberperiodística consiste en la recombinación, que se refiere a la toma de algunos contenidos generados inicialmente para la edición impresa y que se les da una utilización mayor en la web, complementándolos con nueva información o similar, agregándoles nuevas funcionalidades relacionadas con la personalización, el archivo de ediciones anteriores, los anuncios clasificados, entre otros aspectos (Boczkowski, 2006: 85-88). La práctica ciberperiodística de la recombinación es más avanzada con respecto a la reutilización, porque la primera implica fundamentalmente la toma de contenidos de la versión impresa, pero vaciados en un entorno y recursos adaptados a los usuarios de Internet. La tercera práctica ciberperiodística la representa la recreación, siguiendo a Boczkowski (2006:88-94), consistente en proveer a sus usuarios contenidos desarrollados en forma especial o exclusiva para su sitio web. Esta última era una práctica menos generalizada en 1999, pero que ya mostraba una tendencia creciente. Esta práctica recreacional incluye la actualización de la información durante el día, los temas especiales y originales de los periodistas y los contenidos generados por

los usuarios, entre otros aspectos. A lo anteriormente expuesto por el citado autor, cabría añadir a la práctica recreacional actual la inclusión de vídeos, imágenes fijas, audio y la función de compartir en las redes sociales, es decir, se incluyen los contenidos multimedia e interactivos destinados a los cibernautas.

Los cibermedios actuales, en mayor o menor grado, desarrollan algunas de las funciones de las prácticas de reutilización, recombinación o de recreación en sus sitios web. La práctica inicial de la prensa impresa en la web fue de reutilización de sus contenidos originales de su edición impresa, representando una actividad ciberperiodística básica, en contraste con los otros dos tipos de prácticas que implican más inclusión de recursos y un entorno multimedia, sobre todo la práctica de la recreación.

En cuanto al tema de las comunicaciones móviles en general, Aguado, Feijóo y Martínez (2013:13) distinguen dos etapas en los tipos de investigación realizadas hasta ahora: la primera, centrada en el estudio de los aspectos sociales y antropológicos del teléfono móvil, a partir del año 2000; y la segunda etapa, principalmente desde 2006, enfocada en el abordaje de las comunicaciones móviles, desde una perspectiva mediática, que incluye a los medios convencionales y sus formatos de contenidos, entre otros aspectos.

En este momento, cuando las investigaciones sobre tecnología móvil empieza a virar de la perspectiva sociocultural a la mediática, es posible distinguir dos grandes enfoques: aquellos que abordan el medio móvil en un segundo plano, como elemento complementario de otros tipos de medio y/u objetos de estudio (investigaciones sobre ciberperiodismo, publicidad *online* o contenidos multimedia que vislumbran el dispositivo móvil como un añadido tecnológico) y aquellos otros que conceden un protagonismo específico al medio móvil, recogiendo las investigaciones interdisciplinarias sobre éste y orientándolas al ecosistema mediático (productores, tecnologías, contenidos y usuarios). (Aguado, Feijóo y Martínez, 2013:15).

En la perspectiva de las investigaciones sobre comunicaciones móviles mediáticas, y teniendo específicamente al medio móvil como protagonista, descritas en los párrafos inmediatos anteriores, se insertan los estudios sobre el periodismo móvil que han realizado diversos autores. En ese contexto evolutivo, los estudios realizados hasta ahora sobre periodismo móvil pueden dividirse, en lo que el autor de la presente tesis doctoral ha denominado como tres vertientes: Los estudios descriptivo-operativos, los estudios secundarios y los estudios específicos sobre la comunicación periodística en los móviles.

En el primer caso, los descriptivo-operativos son trabajos que se ocupan fundamentalmente de aspectos muy puntuales del periodismo móvil, por ejemplo, el uso de determinados aparatos o herramientas y programas informáticos, por parte de las empresas y los periodistas “Mojo” (*Mobile journalist*, en idioma inglés), etc., que aportan ideas sobre su utilidad en particular, pero que no permiten explicar esta práctica periodística, sino sólo describir sus equipos o instrumentos de uso.

En el segundo caso de las vertientes, los trabajos con temática secundaria, son estudios que abordan en forma tangencial, como subtemas menores, el periodismo móvil, el cual es incluido como tópico de una descripción o análisis de prácticas periodísticas emergentes o temas más generales que desbordan el periodismo móvil como objeto de estudio en sí, por ejemplo, los hábitos de consumo general de los usuarios de telefonía móvil, entre ellos el consumo informativo o noticioso, entre otros.

En la tercera vertiente, figuran los trabajos específicos, fundamentalmente de tipo académico, que realizan y presentan estudios sobre el periodismo móvil que se

ejerce en España, Asia, Gran Bretaña, Francia, Australia y Estados Unidos, etc., en los cuales se incluyen conceptos, caracterización de las etapas de desarrollo, tipos de contenidos del periodismo móvil, formatos y diseño de la información, la convergencia con los cybermedios y la geolocalización, entre otros.

En el campo del periodismo móvil se carece de una metodología fundamentada, probada y reconocida por los pocos investigadores que se dedican al estudio de este objeto, debido a su reciente aparición y novedad. Sin embargo, existen otros fenómenos periodísticos que mantienen similitudes con el periodismo móvil, como el proceso de convergencia periodística de los cybermedios, cuyos trabajos de investigación se encuentran avanzados. En el proceso de convergencia periodística están implicados los dispositivos móviles, como los smartphones y las tabletas, que son los soportes fundamentales del denominado periodismo móvil, que es uno de los temas que se abordan en esta tesis doctoral. Para la fase de la investigación sobre plataformas móviles se retoma, como referencia, la metodología aplicada por el grupo español de investigadores dedicados a estudiar el proceso de convergencia periodística de los grupos de comunicación de España, que contempla técnicas cualitativas y cuantitativas, como la entrevista en profundidad, entre otras (Masip *et al.*, 2010:65-81).

Tomando como referencia la metodología mencionada en el párrafo anterior, se procedió a proponer una definición teórica y operativa del periodismo móvil para la presente tesis doctoral: se concibe como periodismo móvil al proceso institucionalizado mediante el cual se recopila, redacta y edita la información noticiosa y de opinión y se distribuye en un determinado formato a las audiencias, a través de dispositivos móviles, cuyos usuarios cuentan con acceso a dicha

información en un ecosistema mediático ubicuo, de conectividad constante e interactividad (González, 2011:7).

En el presente trabajo de investigación se delimitó como estudio de caso al diario impreso generalista mexicano de pago *El Imparcial* de Hermosillo que ha integrado a sus servicios informativos, además de su edición impresa y la versión en la web, a los dispositivos móviles, particularmente los smartphones y las tabletas, y en concreto al iPhone y al iPad, luego de que la empresa estadounidense Apple lanzara dichos productos al mercado de Estados Unidos. En esta tesis doctoral, fueron seleccionados ambos tipos de dispositivos móviles – el iPhone y el iPad- por la gran acogida e interés que tuvieron en los diversos medios de información del mundo y, en particular, de México; también se optó por ambos aparatos debido al sistema de aplicaciones de noticias que se creó en su entorno, así como por la bibliografía generada al respecto por distintos investigadores, entre otros aspectos.

Para ello, esencialmente se toman en cuenta dos categorías de análisis: las aplicaciones móviles o *apps* como distribuidoras de noticias, registradas en la App Store de Apple Inc., en el periodo 2008-2014; y el modelo de negocio establecido por la prensa impresa mexicana para la operación de tales plataformas móviles.

Para recabar los datos sobre la primera categoría, relacionada con los diarios mexicanos con plataformas móviles, se creó una ficha manual propia de observación empírica sobre las apps de noticias publicadas en los registros públicos disponibles en línea de la App Store de Apple, relacionados con la fecha de su lanzamiento y características básicas generales de funcionamiento, en particular del iPhone y el iPad, en el periodo comprendido de 2008 a 2014.

Con respecto a la segunda categoría, que incluye el proceso de distribución de las noticias a través de esos dispositivos y el modelo de negocio establecido para ello, se contempla la aplicación de entrevista no estructurada en profundidad al directivo del medio impreso mexicano seleccionado como estudio de caso.

La entrevista en profundidad permitirá obtener información sobre los procesos de distribución noticiosa del periodismo móvil, al igual que en torno a las valoraciones de estos procesos del entrevistado (Masip *et al.*, 2010:81). El guión para la entrevista no estructurada, en su modalidad de entrevista en profundidad, pretende abarcar los diferentes aspectos del periodismo móvil en tres grandes aspectos: las *apps* o aplicaciones de las versiones móviles, el modelo de negocio y el tipo de trabajo que desempeñan los periodistas involucrados en la distribución de las noticias a través de los móviles. Las variables a analizar son: la viabilidad del proceso periodístico móvil y la rentabilidad del medio móvil (Masip *et al.*, 2010:81).

Asimismo, se contempla aplicar las perspectivas metodológicas descriptiva, inductiva, histórica y analítica (García y Berganza, 2005: 28-31), centrándose en el periódico *El Imparcial* de Hermosillo y el uso que este medio impreso hace de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, específicamente del iPhone y iPad, para distribuir sus noticias, mediante un determinado proceso de trabajo y un modelo de negocio.

Con el análisis de la entrevista en profundidad, al igual que la revisión y análisis de la bibliografía y estudio de caso sobre esta temática de la investigación, se elaboraron las tipologías del periodismo móvil que se practica en la prensa mexicana en general y, en particular, en el caso seleccionado. Con dicha tipología

se pretende estructurar, organizar y comprender una realidad que, por novedosa, se encuentra dispersa y/o poco definida (Alonso, 2010:31). La propuesta de tipologías, aplicada inicialmente a los cybermedios de España, es retomada en el presente trabajo para su aplicación en el periodismo móvil, que abarca tres niveles de conocimiento: primero, el estado inicial de la cuestión; segundo las características que posee; y tercero las dinámicas que se integran entre el periodismo móvil y otras prácticas como el cyberperiodismo y el periodismo impreso (Alonso, 2010:32).

Esta investigación, que se centra en el estudio de caso de *El Imparcial* de Hermsillo, fue acotada al periodo de 1937-2014 en el que aparece y se desarrolla la edición impresa de *El Imparcial*, lapso en el cual también lanza su versión en la plataforma web y también en las aplicaciones móviles, como parte de sus operaciones de distribución de noticias y diversificación de sus plataformas de contenidos informativos.

Este estudio relacionado con el desarrollo e integración de las plataformas de papel, de la web y de los móviles en el *El Imparcial* tendrá un carácter exploratorio, sobre todo en lo tocante con la versión web y las versiones móviles, debido a que hasta ahora, particularmente en el entorno de la movilidad, son escasas las investigaciones sistemáticas sobre el desenvolvimiento del periodismo móvil en México y en sus regiones. El presente trabajo también puede definirse como descriptivo porque mostrará características y elementos constitutivos de las aplicaciones móviles, de los procesos de distribución de información en las versiones móviles, del soporte físico del iPhone, del iPad y del modelo de negocio implantado.

El análisis empírico es inductivo porque se basa en el medio mexicano seleccionado como objeto de estudio, el diario impreso *El Imparcial* de Hermosillo, con lo cual se pretende conocer el estado de la cuestión, las principales tendencias del ciberperiodismo y del periodismo móvil regional sonoreense y tomarse como referencia para otros estudios que se realicen en el futuro en torno al tema.

La investigación también implica una perspectiva histórica, como ya se describió anteriormente, debido a que analiza el origen, desarrollo y situación actual de la empresa editora de *El Imparcial* y de la integración de su edición impresa y de las plataformas web y móvil.

Para ello se contempla la revisión y análisis de la bibliografía producida hasta ahora en torno a la historia general del periodismo mexicano y sonoreense impreso, del periodismo en la web y el periodismo móvil, así como la realización de una entrevista no estructurada, en su modalidad de entrevista en profundidad, al Jefe en Línea del departamento emisor de las plataformas en Internet y de los móviles de *El Imparcial*.

En ese sentido, y retomando la aplicación de las categorías de análisis de la figura No.2 al desarrollo de la prensa industrial impresa mexicana, que produce y distribuye noticias para los dispositivos móviles, se detectó en términos generales que dichas aplicaciones móviles son reguladas por los artículos 6 y 7 de la constitución vigente de 1917 y las disposiciones internas establecidas por la empresa Apple; que tales plataformas móviles tienen la misma función política y económica que la edición impresa matriz y de la web del periódico porque la empresa editora es la misma que las controla e integra en su funcionamiento

general; los principales contenidos son el entretenimiento, la publicidad, los comentarios y las noticias variadas, estas últimas retomadas de su versión web y del diario impreso; el soporte material y tecnológico de producción y distribución de noticias a través de los móviles ha evolucionado desde la publicación de los SMS y MMS noticiosos, pasando por la web móvil y la creación de *apps* o aplicaciones para dispositivos móviles; su mercado son fundamentalmente los usuarios de telefonía móvil que acceden a dichas versiones desde territorio mexicano o del extranjero. Asimismo, la integración de los móviles para distribuir noticias abarca desde finales de los noventa del siglo XX, pero se intensifica y amplía en la primera década del siglo XXI hasta la actualidad. Su modelo de negocio principal es el publicitario.

Durante la revisión y análisis bibliográfico y de las revistas científicas especializadas relacionadas con la temática, se detectó el planteamiento de Aguado y Castellet (2013), autores que exponen las tres etapas de desarrollo de las ediciones informativas para los móviles. De acuerdo con Aguado y Castellet (2013:190-198), éstas son las tres etapas:

- A. La etapa del *SMS* y *MMS noticiosos*, que incluye básicamente el servicio de distribución de alertas de noticias;
- B. La etapa de la web móvil; y
- C. La etapa de las aplicaciones, que contempla las versiones de las *apps* e híbridas.

Los periódicos impresos, que fueron los primeros medios en distribuir su información a través de plataformas móviles, incursionaron a finales de los años noventa del siglo XX en un modelo de desarrollo periodístico móvil, que incluyó principalmente la producción de alertas de noticias, destinadas al consumo de los

usuarios de los primeros teléfonos móviles básicos, mediante el envío de mensajes cortos de texto o SMS (*Short Message Service*, por sus siglas en idioma inglés) y MMS (*Multimedia Messaging Service*, por sus siglas en inglés), con poca jerarquización, destinados a los usuarios suscriptores de dicho servicio, el cual era ofrecido por los canales cerrados de las empresas operadoras de telefonía móvil, que controlaban la distribución, el sistema de pago y los datos sobre los consumidores.

Estos servicios de alertas noticiosos registraron su mayor expansión alrededor de 2004 en los países más desarrollados, cuya selección y adaptación de contenidos informativos en los SMS y MMS, estaba a cargo de algún redactor del periódico, que los canalizaba a las compañías operadoras de telefonía móvil, desde donde se transmitían a los suscriptores (Aguado y Castellet, 2013:190).

La otra etapa de la prensa industrial impresa que se desarrolló en los móviles, corresponde a la creación y lanzamiento de la web móvil, a mediados de la primera década del siglo XXI. A dicha web móvil pudieron acceder los usuarios, luego de que los teléfonos móviles comenzaron a tener más accesibilidad y navegabilidad en la red de redes. Los contenidos generados en la web móvil han sido mayoritariamente retomados y adaptados de la web tradicional del medio impreso, los cuales han requerido los servicios de algún editor, pero principalmente la implantación de sistemas de gestión automatizados. Alrededor del año 2008 las versiones de la web móvil contaron con una estructura y una jerarquía de secciones bien diferenciadas, en las que prevalecían las noticias, los deportes y la política (Aguado y Castellet, 2013:191).

En tanto, la denominada etapa de las aplicaciones móviles de noticias arrancó en 2008 con la aparición de las *apps* nativas para smartphones, y posteriormente de las tabletas, siendo el caso paradigmático el iPhone de la empresa estadounidense Apple, que creó el entorno de la tienda virtual App Store con el propósito de comercializarlas a nivel mundial. Dichas aplicaciones simplificaron e hicieron más directa la relación con el usuario, lo que propició mayor control y eficacia en la consulta. Durante el año 2010 Apple volvió a revolucionar el mercado de los dispositivos móviles con el lanzamiento de la tableta iPad²³ (Aguado y Castellet, 2013:193-194).

Tras haber concluido el esbozo sobre las dos grandes clasificaciones o tipologías del desarrollo general de la prensa mexicana, la *prensa orgánica* y la *prensa industrial*, con sus respectivas subdivisiones, resultado de la aplicación y análisis de las categorías presentadas de la figura No.2 de este trabajo, el autor de la presente tesis doctoral también las adaptó al estudio del desarrollo periodístico en el Estado de Sonora²⁴, al ubicar su objeto de estudio en este último mencionado Estado de la república mexicana.

En ese sentido se retomó el marco conceptual interpretativo histórico de las dos grandes clasificaciones del desarrollo de la prensa mexicana, sintetizado en la

²³ Apple asegura que inició la revolución de las *apps* con el lanzamiento de la App Store en 2008, cuya industria del diseño y desarrollo de *apps* ha crecido en forma sostenida. En el lapso de seis años, el ecosistema de iOS ha contribuido a crear 627.000 puestos de trabajo en Estados Unidos. La App Store ofrece en 155 países 1,4 millones de *apps* para iPhone, iPad e iPod Touch, 725.000 de las cuales fueron diseñadas específicamente para el iPad. Los clientes de la App Store pueden elegir *apps* entre las 24 categorías diferentes, desde juegos, redes sociales, foto y vídeo hasta deportes, noticias, salud y viajes, entre otras (Apple España, comunicado del 8/01/2015).

²⁴ La Constitución Política de México, en vigor desde el año de 1917, establece que el país lo conforman 31 estados libres y soberanos y el Distrito Federal. Este último es la capital del territorio nacional, también denominado ciudad de México, donde se asientan los poderes federales. Sonora fue reconocido como Estado autónomo en el año de 1830.

matriz periodística de la figura No.3, que quedaron establecidas como las etapas de la *prensa orgánica* (1541-1915) y la *prensa industrial* (1916-hasta la actualidad).

En el contexto de ambas etapas de la prensa mexicana, la orgánica y la industrial, se inscribe ahora el estudio del desarrollo histórico de la prensa en Sonora. En la fase de la revisión y consulta de la bibliografía y artículos relacionados con el tema de la historia general de la prensa en Sonora se detectaron las obras y trabajos de los siguientes autores: Pesqueira (1945); y Moncada (2000). En el caso de Pesqueira (1945), éste recopiló y publicó un catálogo de periódicos editados desde mediados del siglo XIX hasta el año de 1945 en Sonora, sin implicar un proceso de conceptualización o teorización en torno a la prensa en Sonora, mientras que Moncada (2000) describió en su obra, con mayor información y variedad de fuentes, la actividad de periodistas y periódicos durante los últimos dos siglos de Sonora, fundamentalmente de manera descriptiva o anecdótica, sin un fundamento teórico metodológico explícito y con escasa sistematización y caracterización. Otros trabajos localizados correspondieron a los de Murcia (2000), González (2001a; 2001b; 2001c; 2002), Marcos (2009); y Cejudo (2013) que abordan periodos específicos del desarrollo de la prensa sonoreense, presentando en sus textos planteamientos teóricos y metodológicos, pero fundamentalmente centrados en los periodos respectivos a su objeto de estudio, entre estos la prensa durante el periodo de la revolución mexicana, en la década de los treinta y los noventa del siglo XX, los cuales son capítulos de libro, con excepción de Cejudo (2013) que lo desarrolla en una obra más extensa. También se encontraron monografías sobre determinados periódicos como los de Plancarte y Zatarain

(1987); Aldaco (1989); y Burrola (1994), cuyo denominador común consistió en que en estas tres últimas investigaciones se enfocaron en el tratamiento literario que dieron en sus páginas los periódicos *La Voz de Sonora* y *La Estrella de Occidente*; *El Pueblo*; e *Información*, respectivamente. Asimismo, se hallaron obras de carácter autobiográfico, como las de Moncada (1984; 2003); además de tipo testimonial o de semblanza de periodistas sonorenses como las de Murrieta (1994); de Robles (2000); y de Pimienta (2005a; 2005b). Entre los textos correspondientes a revistas, se encontró el número 6, del mes de mayo de 1988, de la revista del Departamento de Humanidades de la Universidad de Sonora denominada *Ciencia Literaria* dedicado a la hemerografía sonorense, entre los que figuran estudios sobre diarios de las ciudades de Cajeme, Hermosillo, Agua Prieta, San Luis Río Colorado y Guaymas, así como el texto titulado “Historia de los medios regionales. Caso: Sonora”, coordinado por Castillo (1999) y editado por egresados de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación de dicha institución educativa, e impreso en los Talleres Gráficos de la Universidad de Sonora, el cual trata sobre la prensa oficial universitaria (1947-1996) y una cronología de los periódicos de Guaymas (1876-1996), así como otros temas relacionados con la radio y las salas cinematográficas.

De igual forma se consultaron documentos diversos, como oficios y disposiciones administrativas del gobierno de Sonora, que contienen información sobre las relaciones del poder ejecutivo del Estado y la prensa sonorense, disponibles en el Archivo General del Estado de Sonora (AGES), y que abarcan principalmente de 1910 hasta la década de los cuarenta del siglo XX. Además en el AGES se efectuó la consulta hemerográfica de varios periódicos editados en ese periodo,

siendo un procedimiento laborioso, del que ya se tenían avances y antecedentes obtenidos durante la realización de la tesis de maestría del autor de este trabajo. Los resultados de esta búsqueda se cotejaron y complementaron con la realizada en torno a los estudios sobre la historia de la prensa, efectuados por Covarrubias y Reyna (2011) que, aunque no muy exhaustiva porque omitieron varias investigaciones en su catálogo, su trabajo tiene el mérito de haber contribuido a la comprensión de los estudios concernientes a los medios masivos en Sonora, entre estos la prensa.

Los estudios sobre el desarrollo de la prensa en una determinada región integrante del país presentan particularidades con respecto a las demás regiones del territorio nacional, debido a las diferencias que existen en cuanto a sus condiciones históricas, sociales, políticas, económicas y geográficas, entre otras²⁵. En síntesis, y debido al desarrollo diferenciado de las regiones que integraron a la Nueva España y luego al México independiente, la prensa orgánica colonial no se desarrolló en el territorio sonorense, por una sencilla razón: no hubo imprenta instalada para publicar los impresos informativos.

La imprenta fue traída de manera tardía a esta región, hasta el año de 1828, en la población de Álamos, donde se lanzó el primer periódico denominado *La Aurora en Occidente*, de carácter oficial, ya que fue el órgano oficial del Gobierno de Occidente, al que estaban integradas las provincias de Sonora y Sinaloa. El

²⁵ “México es un país cuyas regiones guardan diferencias importantísimas entre sí y no pueden ni deben generalizarse las manifestaciones culturales del centro para todas las regiones. Una de estas manifestaciones culturales es el fenómeno periodístico, que se dio en las diferentes regiones de México con sus particularidades y desfases como resultado de una imbricación de fenómenos sociales, económicos y políticos. Consideramos necesario pues, hacer una evaluación de los distintos procesos de evolución, sin tratar de encasillar, como se ha hecho hasta ahora, a la historia de la prensa en México, en una sola línea de evolución, con fechas impuestas por la historia política y no surgidas de los procesos mismos de la prensa mexicana”, plantea Palacio (2009).

lanzamiento de dicha publicación en Álamos dio origen al periodo de la denominada *prensa orgánica polarizada* en Sonora (1828-1937), después de que ya se había consumado la Independencia de México.

Los grupos políticos y económicos dominantes que se disputaban el control del gobierno del Estado de Occidente utilizaron la imprenta, el periódico oficial y otros impresos para la difusión de sus respectivos planes y acciones y para criticar a sus adversarios. Como ocurrió a nivel país, las élites de Sonora también se dividieron entre las facciones de los liberales y los conservadores, pugna que se prolongó durante el resto del siglo XIX.

En resumen, la *prensa orgánica polarizada sonoreense* fue una unidad artesanal-manufacturera productora de periódicos que influyó fundamentalmente en el sistema político de Sonora, su desarrollo regional comprendió el periodo histórico de 1828 a 1936, fue regulada por las constituciones de 1824, 1857 y 1917 y controlada o auspiciada en mayor o menor grado por las facciones de los liberales y los conservadores, así como posteriormente por los llamados callistas-constitucionalistas y los maytorenistas-convencionistas, principalmente. La última década del siglo XIX y las tres primeras del siglo XX fueron el escenario de la transición de una *prensa orgánica polarizada* sonoreense, que empezó a declinar como unidad artesanal-manufacturera productora de periódicos, al emerger y tener mayor desarrollo la prensa industrial, que se constituyó como empresa capitalista editora de diarios impresos en el mercado de Sonora.

La *prensa industrial de Sonora* representa a las empresas que editan periódicos impresos, y en otras plataformas, para el mercado local y regional sonoreense, su desarrollo comprende el periodo histórico de 1937 a la época contemporánea, es

regulada por los artículos 6 y 7 de la Constitución de 1917 y también es influida por los grupos de presión existentes en la sociedad en general de Sonora, pero particularmente del sistema político y económico. Su modelo de negocio ha sido el publicitario, la venta de suscripciones y venta directa de ejemplares. La matriz para el estudio periodístico de la prensa sonorense se localiza en la figura No.4 del apartado de anexos, p. 345-347, al final de esta tesis doctoral.

Después de haber concluido, a grandes rasgos, el modelo de desarrollo de la prensa mexicana y de la sonorense, que incluye los períodos desde sus respectivos orígenes hasta la época contemporánea, el autor del presente trabajo de tesis doctoral estuvo en condiciones de contextualizar su objeto de estudio.

La selección del periódico sonorense *El Imparcial*, como estudio de caso sobre su modelo de desarrollo impreso, su incursión en la web y la adopción de las plataformas móviles en sus procesos de producción y distribución de noticias, fue una consecuencia lógica y pertinente para el autor de la presente investigación, debido a que con anterioridad ya había escrito algún trabajo relacionado con el ciberperiodismo desarrollado por dicho medio impreso de Sonora. Es decir, al citado estudio sobre la incursión inicial de *El Imparcial* en la web, ahora se podría ampliar y profundizar en torno a su origen y desarrollo como medio impreso y también como medio móvil.

Para investigar como objeto a *El Imparcial* primeramente se realizó la revisión de la bibliografía que tiene como temática a dicho medio impreso en las fuentes bibliotecarias físicas y virtuales que se consultaron para el estudio del desarrollo de la prensa mexicana y sonorense en general, al igual que se efectuó la búsqueda empírica en las fuentes documentales y hemerográficas del Archivo

General del Estado de Sonora (AGES) y de la Hemeroteca de la Universidad de Sonora. La recopilación de material fue el siguiente: la tesis de Licenciatura de José Santiago Healy (1997) el “Proceso de modernización del diario *El Imparcial* de Hermosillo, Sonora, de 1991 a 1996”, 1997; la obra de Moncada (2000) “Dos siglos de periodismo en Sonora”; los capítulos de libro de González (2001c; 2002) publicados con los títulos “La prensa de Sonora en Internet. El caso de *El Imparcial* 1995-2000” y “La ciberprensa en la frontera norte de México”, respectivamente, así como su tesis de Maestría en Ciencias Sociales “La prensa y la revolución mexicana. El caso del periódico *Orientación* de Hermosillo, Sonora, (1916-1921)”, presentada el año 2001 en El Colegio de Sonora; la ponencia “Healy: historia de un periodista” presentada por Jorge Murillo Chisem, en el año 2007, en el XX Simposio de la Sociedad Sonorense de Historia, con sede en Hermosillo; el periódico *El Pueblo* del 8 de octubre de 1968, página 2; y más recientemente el libro titulado “Healy: una historia de periodismo” de Murillo (2014). Las matrices periodísticas generadas para el estudio de *El Imparcial* se encuentran al final de esta tesis doctoral, en el apartado de anexos, p. 348-354, en las correspondientes figuras con números 5, 6 y 7.

El objetivo general del presente trabajo de tesis doctoral consiste en describir, analizar y explicar cómo la empresa editora del periódico líder y decano impreso *El Imparcial* (1937-2014) de Hermosillo, Sonora, México, ha integrado en sus procesos de distribución de noticias a las plataformas de papel, de la web y de las aplicaciones móviles y si tales procesos la han convertido en una empresa periodística multiplataforma viable en su entorno regional. En tanto, como objetivos específicos se plantean los siguientes:

a) Objetivo específico

Identificar y describir los principales procesos de distribución de noticias de *El Imparcial* de Hermosillo en el periodo 1937-2014, a través de las plataformas de papel, de la web y de las aplicaciones móviles para *smartphones* y tabletas, en específico el iPhone y el iPad.

b) Objetivo específico

Analizar y determinar si la distribución de noticias a través de las plataformas de papel, de la web y de los móviles, ha sido integrada a *El Imparcial* y si dichas plataformas han contribuido a darle sostenibilidad a su empresa periodística.

Partimos de la hipótesis de que con la aparición y evolución histórica de nuevas tecnologías de la información, la migración de lectores, la caída del mercado y el escaso desarrollo de los periódicos impresos en el mundo y en México, la empresa editora del diario de papel *El Imparcial* de Hermosillo, Sonora, ha incursionado en las plataformas de la web y de las aplicaciones móviles para diversificar su distribución de noticias, en la búsqueda de más audiencia y para erigirse en una empresa periodística multiplataforma viable en su entorno regional. Para comprobar o descartar la validez de la mencionada hipótesis de trabajo, se contempló la obtención y análisis de información bibliográfica, hemerográfica, la realización de una entrevista con el responsable de las plataformas de la web y de los móviles de *El Imparcial*, tanto sobre su actual funcionamiento periodístico como de su futuro modelo de desarrollo. Con el cúmulo de información recopilada y analizada se pretende contribuir a la explicación y comprensión del objeto de estudio y a despejar la incógnita que subyace en la hipótesis de trabajo de la presente investigación.

CAPÍTULO I. LA GÉNESIS DE LA PRENSA MEXICANA

1.1 La prensa orgánica en la Nueva España

Los españoles conquistaron militarmente el territorio novohispano y empezaron un proceso de colonización en 1521 y varios años después trajeron la imprenta para publicar libros, disposiciones legales e impresos informativos.

La casa de Juan Cromberger fue la autorizada para instalar en 1539 dicha imprenta artesanal en la Nueva España, teniendo a Juan Pablos como administrador y cajista; a Gil Barbero como prensista y a “un negro” como ayudante (Medina, 1909:60-61). El proceso manual de impresión en dicho taller tipográfico consistía básicamente en juntar cada una de las letras, por parte del cajista, para formar líneas de palabras en un componedor y colocarlas en columnas, que luego depositaba en un molde. El prensista y el ayudante bañaban con tinta dicho molde e imprimían en forma manual cada una de las páginas de papel que iban colocando en la plancha de la prensa, fabricada con metal y madera.

El antecedente histórico más antiguo documentado sobre alguna obra publicada en una imprenta instalada en la llamada Nueva España, fue el libro titulado *Breve y más compendiosa doctrina cristiana en lengua mexicana y castellana*, editado en el año de 1539, siguiéndole poco después la publicación de los primeros impresos informativos llamados *hojas volantes*, los cuales carecían de periodicidad regular, ya que sólo se publicaban en ocasiones especiales para difundir acontecimientos relevantes (Medina, 1909:63; Timoteo y Martínez, 1992:32).

La primera hoja volante, que se tiene registrada como papel de carácter noticioso en la Nueva España y con la cual inicia la actividad de tipo informativo en su

territorio conquistado, fue titulada “*Relación del espantable terremoto que agora, nuevamente ha acontecido en la ciudad de Guatemala: es cosa de grande admiración y de grande exemplo para que todos nos enmendemos a nuestros pecados y estemos apercebidos para cuando Dios fuera seuido de nos llamar*”, misma que fue impresa en la ciudad de México en la imprenta de Juan Pablos en el año de 1541 (Medina, 1909:68; Timoteo y Martínez, 1992:32).

Los impresos informativos que circulaban en la Colonia estaban dirigidos principalmente a los lectores que conformaban las élites políticas y económicas, entre quienes figuraban las autoridades virreinales, la jerarquía eclesiástica, los altos mandos del ejército, nobles y criollos, entre otros ilustrados.

Posteriormente, en el año de 1666, apareció el primer impreso con el nombre de gaceta, pero sin que tuviera una periodicidad regular, situación que cambió en el último tercio del siglo XVIII cuando fue lanzada la *Gaceta de México*, dando inicio a “la verdadera historia del periodismo mexicano” con su publicación informativa mensual, aunque sólo tuvo una duración de seis meses (Ross, 1965:353). La mencionada *Gaceta de México* fue publicada el 1 de enero de 1772 por el sacerdote zacatecano Juan Ignacio Castorena y Ursúa, cuyo contenido se refería a noticias religiosas, comerciales, sociales y marítimas, entre otras. Las gacetas de la Colonia se publicaron bajo el control férreo de la monarquía española, ya que se requería autorización oficial para imprimirlas y distribuirlas entre los lectores²⁶.

²⁶ La monarquía española había promulgado el 8 de julio de 1502 una normativa para regular el uso de la imprenta en España, la cual exigió que las autoridades civiles y eclesiásticas primero aprobaran la publicación de los impresos. Dicho control se extendería después hasta los territorios que fueron conquistados en la Nueva España, hoy México (Timoteo y Martínez, 1992:21). Una disposición posterior, dictada por Felipe II en

A principios del siglo XIX se registró el primer diario de la Nueva España denominado *El Diario de México*, el cual fue publicado en 1805 por el periodista e historiador mexicano Carlos María de Bustamante y el antillano Jacobo de Villaurrutia, quienes previamente habían obtenido el permiso del Virrey para crearlo. Mientras que en la Nueva España el periódico empezó a adquirir tardíamente un formato y periodicidad regular en los inicios del siglo XIX, en Alemania ya había ocurrido esto en el siglo XVII; en tanto que en Estados Unidos había surgido el 24 de abril de 1704 con la publicación del semanario *Boston News-Letter* (Ruiz, 1995:81; Guillamet, 2004:57-65; Emery, 1966:47).

La invasión francesa ejecutada en 1808 contra España y la abdicación de su rey Fernando VII de Borbón, propició la inestabilidad política en la península y el surgimiento de grupos liberales españoles que modificaron su forma de gobierno, mientras duraba la ausencia del monarca, abriéndose un intenso debate que se desarrolló en las tradicionales tertulias, a través de la publicación de diversos impresos y que fue recogido y difundido por los periódicos de España, ya que en la práctica cotidiana se habían derrumbado en gran medida las restricciones oficiales a la libertad de prensa. Dichos acontecimientos y debates publicados por la prensa peninsular, como *El Espectador Sevillano*, *El voto de la Nación española* y *El Conciso* de Cádiz, fueron reimpresos y se les dio alguna cobertura en la prensa colonial establecida en la ciudad de México, como el *Diario de México*, y en otras regiones del territorio novohispano.

Valladolid, el 2 de septiembre de 1556, sancionaba con “pena de doscientos mil maravedís y perdimiento de la imprenta y instrumentos de ella” a quien careciera de licencia para publicar algún libro que tratase de materias de Indias (Medina, 1958:5-6). En gran parte del periodo de la Colonia en la Nueva España (1521-1821), las publicaciones omitían comentarios o crítica de orden político (Ruiz, 1990:11).

De julio a diciembre de 1808, lapso en que se conoció la abdicación del rey Fernando VII, se intensificó la difusión de diversos impresos patrióticos en la Nueva España, de los cuales el 34% de ese mismo año, y el 48% de 1809, fueron reimpressiones de publicaciones hechas originalmente en España. En el caso de los periódicos, las reimpressiones se elevaron en forma notoria²⁷.

Sin embargo, en el caso del periódico *El Español*, que era editado en Londres, Inglaterra, por el andaluz José María Blanco White se prohibió su circulación en la Nueva España el 18 de agosto de 1810, aduciendo que supuestamente defendía la independencia de los territorios americanos bajo el dominio del gobierno peninsular (Claps, 2005).

El mencionado lapso de 1541 a 1809 abarca, en la presente tesis doctoral, lo que se denomina el periodo de la *prensa orgánica colonial*²⁸, que operó como una unidad artesanal productora de impresos y periódicos para las ilustradas élites políticas y económicas asentadas en determinadas regiones de la Nueva España, siendo regulada por bandos o decretos emitidos por la Corona española que

²⁷ “Las proporciones son aún más impresionantes si hacemos intervenir a los periódicos. No sólo una buena parte de los artículos y de las noticias publicadas en México vienen de España -se trata normalmente de la reproducción de artículos de periódicos, sobre todo, de Cádiz-, pero se va frecuentemente más lejos y se reeditan íntegramente los números de los periódicos españoles a medida que van llegando. Así en 1810, en el gran periodo del debate sobre la convocatoria de las Cortes, se reeditan en México 7 números de *El Espectador Sevillano*, 6 de *El voto de la Nación española* y 12 de *El Conciso*, de Cádiz” (Guerra, 1993:300-301).

²⁸ Para analizar, comprender y explicar el desarrollo de la *prensa orgánica* mexicana, ésta fue subdividida, a su vez, en los siguientes dos tipos: la *prensa orgánica colonial* (1541-1809); y la *prensa orgánica polarizada* o facciosa (1810-1915), como se plantea en el apartado del marco teórico metodológico del presente trabajo de investigación. En el mencionado apartado también se señala que el término de “orgánica”, atribuido a la mencionada prensa colonial, fue retomado en el sentido gramsciano de la “organicidad”, según el cual todo grupo social y económico “se crea al mismo tiempo y orgánicamente una o más capas de intelectuales, que le dan homogeneidad y conciencia de su propia función, no sólo en el campo económico, sino también en el social y el político” (Gramsci, tomo 2, 1975:11). En el caso de la Colonia de la Nueva España, la capa de intelectuales ilustrados, que congregó la monarquía española en torno a la prensa, contribuyó a mantener su control y la lealtad al régimen absolutista. Después de que la *prensa orgánica colonial* llegara al fin de su ciclo, apareció la denominada *prensa orgánica polarizada*, que se analiza en este mismo capítulo. La evolución posterior a la *prensa orgánica* se identifica como *prensa industrial* mexicana, que se prolongaría del año de 1916 a la época contemporánea.

restringieron al máximo la libertad política de la imprenta, aunque también sus contenidos fueron influidos ideológicamente, en especial, por la jerarquía de la iglesia católica.

1.2 La polarización del periodismo mexicano

Cuando aparecen los insurgentes con sus exigencias de independencia de la Nueva España en 1810 y empiezan a combatir con las armas en la mano para derrocar a su gobierno, también despliegan una lucha político-ideológica a través de sus periódicos de tipo subversivo.

La guerra de independencia ocurre en el plano militar y en el plano político e ideológico, provocada por las contradicciones entre las cuatro grandes facciones, corrientes o clases que se disputan el poder en la Nueva España: 1) la alta burocracia virreinal y los comerciantes de la capital; 2) los conservadores; 3) los liberales; y 4) y los grupos populares revolucionarios.

De acuerdo con Masae Sugawara (1989), la denominada reacción colonialista tenía su base social en una alianza con la alta burocracia virreinal y los comerciantes del consulado de la capital; en tanto los conservadores eran los dueños del poder económico que pretendían ejercer todo el poder político y aspiraban a la autonomía sin revolución. Su base social era la aristocracia criolla, es decir, la burguesía minera y comercial, y los terratenientes o hacendados, estos últimos eran los dominantes o hegemónicos. La tercera corriente, los liberales, la integraron la pequeña burguesía urbana y algunos sectores de la burguesía, cuya actitud política fue vacilante entre los conservadores y los revolucionarios; mientras que la cuarta facción correspondió a una amplia alianza, en la cual los

trabajadores jugaron un papel central, aunque la dirigencia o dominio recayó en la mediana y pequeña burguesía ('los jacobinos').

La burocracia política virreinal y la élite comercial española se aferraron a mantener su "poder despótico" en la Nueva España, mientras que la aristocracia criolla ya no estuvo dispuesta a tolerar las intromisiones de la monarquía en sus dominios económicos y que se le bloqueara el acceso al poder político, por lo cual dicho conflicto se destrabaría mediante la realización de una revolución (Semo, 1981:259-260).

También contribuyó, al fermento mexicano independentista, la invasión francesa promovida y realizada en 1808 por Napoleón Bonaparte en contra de España y la abdicación de su rey Fernando VII, ya que la ausencia del monarca provocó la confusión e inestabilidad política en la población de la península, donde diferentes grupos de españoles decidieron enfrentar al enemigo galo y luchar por su independencia con las armas y la prensa.

Mientras España se encontraba en ese contexto de inestabilidad social y política, en el otro lado del océano, en el territorio de la Nueva España, se preparaban los criollos conspiradores para lanzarse a la lucha por la independencia de México, pero fueron descubiertos y reprimidos en forma cruenta. Ante ello, la facción insurgente conformada por la población mestiza e indígena trabajadora, encabezada por el sacerdote católico con raíces liberales, Miguel Hidalgo y Costilla y otros dirigentes, declaró el 16 de septiembre de 1810 la guerra en busca de la Independencia, frente al virreinato español, mediante el uso de las armas de fuego y la propaganda de sus periódicos. El pionero de estos, en ser editado, fue *El Despertador Americano*, fundado el 20 de diciembre de 1810 por Hidalgo y

Costilla en Guadalajara, del cual se realizaron siete ediciones, dos de ellas con un tiraje de dos mil ejemplares cada una, y cuyo ejemplar número uno contiene diez páginas con la proclama para que los “nobles americanos”, los “virtuosos criollos”, “los hermanos errantes” y “compatriotas seducidos” por los “gachupines” (los insurgentes así llamaban a los españoles) se unieran a su causa (Reed, 1995:106; García, tomo III, 1985:s/n).

En el número 4 de *El Despertador Americano*, publicado en Guadalajara el 3 de enero de 1811, se critica en sus páginas la declaratoria de excomunión del clero contra el sacerdote Miguel Hidalgo y sus seguidores, pero además se cuestionan los males del ‘yugo español’. Dirigiéndose a los americanos, se escribió en dicho periódico insurgente lo siguiente -respetándose su escritura original-:

Tended la vista por toda la estension de este vasto Continente, dad una ojeada á la opulenta region en que habeis nacido ¿Gozais vosotros de su abundancia, gustan de sus dulzuras los hijos de la Patria? Ay! Que al paso que el tirano advenedizo nada entre delicias, al hambriento y andrajoso Indiano falta todo. ¿Quienes son dueños de las minas mas ricas, de las Betas mas abundantes y de mejor ley? Los Gachupines. ¿Quienes poseen las haciendas de campo mas estensas, mas feraces, mas abastecidas de toda clase de ganados? Los Gachupines. ¿Quienes se casan con las Americanas mas hermosas y mejor dotadas? ¿Quienes ocupan los primeros puestos de la Magistratura, los Virreynatos, las Intendencias, las plazas de regentes, y Oidores, las dignidades mas eminentes, las rentas mas pingües de nuestras Iglesias? Los Gachupines (García, tomo III, 1985:s/n).

En contraparte, las publicaciones realistas defendieron al gobierno colonial y atacaron a los sediciosos. De hecho, en 1810 la *Gazeta de México* (1784-1809) que era editada por particulares autorizados por el virrey, se transformó en la

*Gazeta del gobierno de México*²⁹, es decir, se convirtió en el periódico oficial de las autoridades virreinales, en el cual se publicaron documentos del gobierno colonial y otros textos, como la excomunión del insurgente Miguel Hidalgo y sus seguidores, como ya se describió, así como partes oficiales de las campañas y batallas de los realistas (Celis, 1998:18; Ruiz, 1990:15; Bravo, 1966:36).

El 19 de marzo de 1812, en España se promulgó la llamada Constitución de Cádiz que garantizaba la libertad política de imprenta en la península y en sus territorios colonizados. Empero, esa legislación de Cádiz no fue aplicada en el caso novohispano, bajo el argumento de que se había desatado en su tierra la guerra de independencia y de que los insurgentes estaban utilizando los periódicos para hacer propaganda, con la publicación de proclamas políticas o noticias de sus combates contra el virreinato y sus aliados.

Al respecto, el virrey de la Nueva España Francisco Xavier Venegas, que comenzó a lidiar con la prensa insurgente, inédita hasta entonces en su territorio, promulgó en abril de 1812 un bando para que fueran quemados los “papeles sediciosos” de los sublevados, en la Plaza Mayor de la Capital, por “mano de Verdugo”³⁰. Por ese tipo de embates contra sus periódicos, los rebeldes eran partidarios de la libertad política de imprenta, aunque carecieron de ella durante varios años más.

²⁹ “El gobierno virreinal contrarrestó la propaganda insurgente con sus mismas armas, y al tiempo que sancionaba a redactores y lectores de *El Despertador [Americano]*, revalorizaba la gestión española en la *Gaceta del Gobierno de México* [1810-1821] (que publicó el edicto de excomunión contra los insurgentes)” (Timoteo y Martínez, 1992:63).

³⁰ Incluso ya se había dado el caso del Intendente de la Provincia de Michoacán, Ramón Huarte, quien había expedido un bando, el 31 de diciembre de 1810, en el que otorgaba un plazo de tres días para que todas las personas le entregaran los papeles insurgentes, advirtiéndoles que, en caso de incumplir sus órdenes, serían “castigadas con pena de muerte” (García, tomo III, 1985: IX-XI).

Con las pugnas entre las élites políticas y económicas que se disputaban el poder del virreinato, así como con la irrupción de los grupos de insurgentes y la publicación de sus periódicos, la estructura de dominación política y económica de la Colonia había empezado a tambalearse y el férreo control que había mantenido sobre las publicaciones impresas, hasta antes de 1808, se volvió poroso y minado en su fortaleza.

Los insurgentes cada vez tenían más conciencia sobre la importancia de editar periódicos para difundir su lucha, lo que se reflejó en el *Correo Americano del Sur* publicado en 1813 en Oaxaca:

Estamos seguros del aplauso con que se recibirá este periódico tan dignamente suspirado por los verdaderos amantes de la patria [...] va corriendo el año tercero de nuestra gloriosa revolución, quando apenas nos lisongeamos de haber conseguido el auxilio de la imprenta, este precioso auxilio de la imprenta, quizá de mayor necesidad que las bocas de fuego, para batir el formidable coloso que nos oprime, y cimentar sobre sus ruinas el grandioso edificio de nuestra amada libertad (García, tomo IV, 1985: s/n).

Luego de los vaivenes en la lucha armada de los insurgentes, durante poco más de una década, estos se aliaron con algunos grupos de militares realistas, logrando en 1821 la consumación formal de la Independencia de México. A partir de ese año inició un proceso de formación y constitución de la nueva nación mexicana, en el cual los periódicos fueron tribunas importantes para el debate sobre el tipo de sistema político que se deseaba instaurar, participando los letrados de la sociedad, que se dividieron entre las facciones de los liberales y los conservadores.

Los liberales pugnaban por una república federalista, entre los cuales figuraban ex combatientes insurgentes, mientras que los conservadores planteaban la creación de un imperio mexicano encabezado por un monarca. En ese contexto, los

conservadores y otros seguidores, que encabezó Agustín de Iturbide, lo proclamaron emperador de la nueva nación mexicana, en mayo de 1822 pero, menos de un año después, tuvo que abdicar al cargo, en marzo de 1823, como consecuencia de las rebeliones y el rechazo de grupos inconformes, quien tuvo que partir al exilio con rumbo a Europa.

Los liberales se reagruparon y el 4 de octubre de 1824 promulgaron la Constitución mexicana, que estableció que la nación de México “es para siempre libre e independiente del gobierno español y de cualquier otra potencia”, adoptó para su gobierno la forma de república representativa popular federal, planteó la promoción del desarrollo de su infraestructura productiva y la educación, se determinó como única a la religión católica y se prohibió el ejercicio de cualquiera otra, así como también se garantizó la protección y arreglo de la libertad política de imprenta, esta última contenida en la fracción tercera de su artículo 50, que estableció “proteger y arreglar la libertad política de imprenta, de modo que jamás se pueda suspender su ejercicio, y mucho menos abolirse en ninguno de los Estados y territorios de la federación”³¹.

Antes, durante y después de la realización de la elección del primer presidente de México, Guadalupe Victoria, quien asumió el cargo en octubre de 1824, las pugnas político-ideológicas, las rebeliones y la alternancia en la forma de gobierno se mantuvieron entre las facciones antagónicas de los liberales y la de los

³¹ La redacción escueta de la frase “libertad política de imprenta” en dicho artículo 50 de la carta magna de 1824 de México, incluía el binomio formado por el manejo de las imprentas y las respectivas publicaciones de periódicos y otros impresos en ellas. En el citado artículo además no se hizo una distinción clara entre lo que era el derecho a la libre manifestación de las ideas y la libertad de imprenta, aspectos que si fueron incluidos por separado en las constituciones mexicanas posteriores y correspondientes a las de 1857 y de 1917, a través de sus respectivos artículos 6 y 7.

conservadores mexicanos, reflejándose ello en el desarrollo de una prensa mexicana *polarizada*³².

Con los cambios provocados por la Independencia, uno de ellos reflejado en la libertad política de imprenta, la función de la prensa también empezó a transformarse. En gran parte del periodo de la Colonia sólo se había autorizado la fundación de periódicos proclives a la dominación política y económica que ejercía la monarquía española, mientras que en el periodo del México independiente surgieron los periódicos auspiciados por las facciones o grupos políticos antagónicos que se disputaban el control del nuevo gobierno mexicano. Como ya se ha descrito en este apartado, las facciones antagónicas que se organizaron fueron, por una parte, los grupos liberales, en tanto que por la otra, eran los grupos de conservadores, quienes usaron a la prensa para la defensa de sus intereses y el combate ideológico contra sus adversarios. El proceso histórico independentista de lucha armada que se vivió en México de 1810 a 1821 destruyó el predominio de la Corona española y la estructura restrictiva en la que funcionaba la llamada *prensa orgánica colonial*, y nació un nuevo sistema político y económico que posibilitó, en principio, la libertad de imprenta y la generación de una *prensa orgánica polarizada*.

En la década de los años cuarenta del siglo XIX, aparecieron los periódicos más sobresalientes de la llamada prensa polarizada como *El Siglo Diez y Nueve* (1841-1896) y *El Monitor Republicano* (1844-1896), de filiación liberal, mientras que del

³² “La consumación de la independencia [de México] abre para el periodismo mexicano una etapa cuyas características generales se mantienen más o menos invariables hasta el advenimiento de la prensa industrial, a fines del siglo XIX. Sin embargo, el periodismo predominantemente político y polémico que distingue a esta época, ligado al movimiento de los partidos o de las facciones, se prolonga incluso después de la aparición de la gran empresa empresarial, y llega a la época revolucionaria en el siglo presente” (Ruiz, 1995:127).

bando conservador, uno de los más longevos en ese lapso fue el impreso *El Universal* (1848-1855) (Ruiz, 1990:55-63).

En las primeras cuatro décadas, posteriores a la declaración de Independencia de México, los periódicos mexicanos se habían multiplicado pasando de uno o dos que había al principio, a un total de 40 periódicos de tendencia liberal durante 1861 en todo el país, mientras que los conservadores contaban -ese mismo año- con un total de 11 periódicos en el territorio nacional. También había otros 82 periódicos que no ostentaban una orientación política definida como liberales o conservadores, más cinco en idioma extranjero que se publicaban en la capital y provincias de México (Staples, 2000:100). Tales publicaciones se confeccionaban en ese periodo en imprentas artesanales, que tenían poca división del trabajo y pequeños tirajes de ejemplares.

Los liberales arreciaron su lucha por un cambio de las estructuras imperantes del gobierno y de la estructura económica, en las cuales predominaban las élites de los conservadores, mientras que estos últimos reaccionaban y luchaban contra los primeros porque afectaban directamente sus intereses y privilegios (Guzmán y Ortega, 1998:69).

Con la fuerza que llegaron a acumular dichos liberales, posteriormente impulsaron la promulgación de la Constitución Mexicana de 1857, que ratificó a la nación bajo la forma de república democrática, representativa y popular, abolió los privilegios del clero y de los militares, declaró la libertad política, de enseñanza, de trabajo, de industria y de comercio y prohibió los monopolios. Además incluyó el artículo 6 que consagró que “la manifestación de las ideas no puede ser objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque la moral, los

derechos de tercero, provoque a algún crimen o delito, o perturbe el orden público”. En tanto, en el artículo 7 constitucional asentó que “es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquiera materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. Los delitos de imprenta serán juzgados por un jurado que califique el hecho, y por otro que aplique la ley y designe la pena” (Constitución Mexicana, 1857).

Pese a haberse establecido constitucionalmente la libertad de la manifestación de las ideas y de imprenta en México, los periódicos y periodistas no estuvieron exentos de la censura, del cierre de sus talleres o bien de ser encarcelados, debido a que cuando una facción asumía y controlaba el gobierno mexicano, combatía a la facción opositora, a través de la prensa y de otras tácticas represivas.

Como muestra de dicha represión en esa época, el propio presidente interino de México, Ignacio Comonfort, que firmó la promulgación de la citada Constitución mexicana el 12 de febrero de 1857, ordenó cuatro meses después el arresto del periodista fundador de *El Clamor Progresista*, Ignacio Ramírez, acusándolo de “irrespetuoso al supremo gobierno e incitador a la desobediencia”. Al día siguiente, el 13 de junio, decretó además la suspensión de dicho medio impreso “por haber llegado en sus ataques hasta el escándalo”. Ignacio Ramírez pertenecía al Partido Liberal y había creado su periódico para apoyar la candidatura a la presidencia de México de Sebastián Lerdo de Tejada, declarándose enemigo del gobierno de

Ignacio Comonfort, quien no toleró sus críticas y determinó su detención y la suspensión de la publicación (Ruiz, 1995:186).

Posteriormente, a partir del año de 1876, asumió la presidencia de México el general Porfirio Díaz Mori, quien propició inicialmente un ambiente de relativa estabilidad política al apaciguar las rebeliones armadas. Cuando Díaz fue investido por primera vez como presidente circulaban unos 200 periódicos en el territorio nacional, de corta de vida y carentes de una sólida reputación, con excepción de *El Siglo Diez y Nueve*, *El Monitor Republicano*, *El Diario del Hogar* y *El Federalista* con sede en la ciudad de México (Aguilar, 1998:145).

Aprovechando su popularidad previa como destacado militar y el aparato burocrático del gobierno, Porfirio Díaz se reeligió ocho veces como presidente de México, desde 1876 a 1910, lapso en el que se detectaron un total de dos mil 579 periódicos, de los cuales 2,003 fueron editados en los estados integrantes de la república y los 576 restantes en la ciudad de México, prevaleciendo la prensa de carácter político. Una muestra de ello lo representó el hecho de que 409 periódicos eran de carácter político, de los 576 localizados en la capital mexicana (Toussaint, 1989:11-34).

Durante el denominado periodo porfirista avanzó el desarrollo capitalista en México con la construcción de grandes obras públicas, que trajo aparejado el auge de exportaciones de materias primas y la expansión de la producción para el consumo interno del país. Para fines del siglo XIX el predominio capitalista era enorme, pero dicho desarrollo implicó las contradicciones de una fracción burguesa que no tuvo acceso al poder económico y político, aunado al descontento de trabajadores urbanos y campesinos (Peña, 1982:233-236).

Los periódicos, durante el periodo de la *prensa orgánica polarizada* en el siglo XIX, estuvieron principalmente vinculados a la lucha por el poder, rasgo esencial al que no escaparon durante la época porfirista. Al principio de su mandato, Porfirio Díaz había respetado la libertad de prensa, pero conforme se consolidaba como presidente de México comenzó a cooptar, a censurar y a reprimir a los medios impresos opositores y a los periodistas detractores, mientras que a otros afines decidió subvencionarlos económicamente. Un ejemplo de esta última práctica del gobierno porfirista, lo representó el periódico *El Imparcial*, editado a partir de 1896 en la ciudad de México, que contó con recursos gubernamentales suficientes para competir con otras publicaciones sin arriesgar su supervivencia, teniendo al principio de sus operaciones un tiraje de 30 mil a 40 mil ejemplares diarios³³, llegando incluso a alcanzar posteriormente un tiraje de unos 100 mil ejemplares al día (Pérez-Rayón, 2001:91; Ochoa, 1968:126; Aguilar, 1983:66).

Cuando empezó a publicarse masivamente en 1896 el diario capitalino *El Imparcial*, cuyos ejemplares se producían a un precio bajo en una imprenta industrial y con un moderno diseño en la presentación de sus contenidos, provocó ese mismo año la desaparición de importantes y tradicionales periódicos como *El Siglo Diez y Nueve* y *El Monitor Republicano*, que habían sido editados en imprentas artesanales-manufactureras, con un diseño en el que prevalecían los artículos de opinión y doctrinales y se vendían a un relativo precio elevado.

En retribución a la subvención económica recibida y de su vínculo con la administración del gobierno porfirista, *El Imparcial* ensalzaba a la figura

³³ Por ejemplo, el 1 de abril de 1897 habría registrado un tiraje de 38,176 ejemplares. Esto ocurrió poco después de seis meses de haber sido fundado, según Moisés Ochoa (1968:126), aunque no precisa su fuente, como tampoco la especifica la autora Blanca Aguilar (1983).

presidencial de Porfirio Díaz, publicando comentarios alusivos a su persona como “el creador y forjador de la nación mexicana” y que su altura no tenía “parangón en la historia de México”. En contraparte, uno de los periódicos sobrevivientes de corte liberal, *El Diario del Hogar*, lanzaba críticas al presidente mexicano al afirmar que “aquí la ley es el capricho del General Díaz. A esto se reduce toda nuestra legislación” (Aguilar, 1998:153-155).

El presidente Porfirio Díaz provocó en el año de 1908 un revuelo político en el país con una entrevista que concedió al periodista estadounidense James Creelman, para la revista *Pearson's Magazine*, con el título “Presidente Díaz, héroe de las Américas”³⁴. En esa conversación periodística, que fue traducida y publicada en el diario porfirista *El Imparcial* de la ciudad de México, Díaz dijo: “me retiraré cuando mi actual periodo termine [1910], y no aceptaré una nueva elección” y además señaló que “vería con gusto la formación de un partido opositor en la República de México si llegara a surgir”, debido a que había aguardado “durante muchos años” a que el pueblo estuviera preparado para elegir y cambiar al personal de gobierno sin peligro ni temor de una revolución armada “y hoy presumo que ese tiempo ha llegado ya”³⁵, avivando con dichas declaraciones la efervescencia electoral de otros actores políticos, como el opositor que aspiraba a sucederlo en el cargo, Francisco Madero.

³⁴ “Porfirio Díaz declara al periodista James Creelman que el pueblo está apto para elegir a sus gobernantes, lo que ocasiona una inusitada actividad política, con la consiguiente formación de partidos y elaboración de programas. Resurge el periodismo de oposición y en septiembre de 1910 la dictadura desata nuevamente la represión contra la prensa independiente, misma que persiste hasta la caída de Díaz en mayo de 1911” (Ruiz, 1990:136).

³⁵ Los entrecorillados sobre las declaraciones de Porfirio Díaz corresponden a la versión íntegra aparecida con el título “Una entrevista con el señor General Díaz” en el periódico *El Imparcial* publicada los días 3 y 4 de marzo de 1908, reproducida en *Así fue la revolución*, tomo 6, (1985:1021-1028).

En la entrevista concedida a Creelman, el general Díaz no fue consecuente con lo que dijo porque finalmente sí decidió reelegirse en los comicios de 1910, desatando el descontento de grupos populares, entre otros varios factores sociales, políticos y económicos, que propiciaron que Francisco Madero lanzara la convocatoria a los mexicanos para tomar las armas a partir del 20 de noviembre de 1910.

El movimiento maderista tomó las armas para exigir la realización de elecciones democráticas y la destitución de Porfirio Díaz, objetivo que se logró en tan sólo seis meses cuando el presidente mexicano presentó su renuncia al cargo el 25 de mayo de 1911, ante la Cámara de Diputados del país, órgano facultado que la aprobó y designó como sustituto al secretario de Relaciones Exteriores, Francisco León de la Barra.

Después de las elecciones presidenciales del 10 de octubre de 1911, resultó como claro triunfador el candidato Francisco Madero, quien asumió la presidencia de México el 6 de noviembre de 1911, dejando casi intacta la estructura del gobierno y la composición de la prensa heredada por Porfirio Díaz. Incluso, durante su mandato, Madero designó a Victoriano Huerta como jefe del ejército mexicano, quien se forjó y se distinguió como miembro de la burocracia porfirista.

Madero se desempeñó 15 meses como presidente de la república, en un ambiente de inestabilidad política, registrándose varias rebeliones armadas en su contra, entre las cuales figuraron las encabezadas por el general norteño Pascual Orozco, otra por el caudillo revolucionario del sur, Emiliano Zapata y, la última, promovida por el sobrino del dictador Porfirio Díaz, llamado Félix Díaz, esta última que desencadenaría la caída del poder y el asesinato de Madero en febrero de 1913.

A Madero, durante gran parte de su presidencia, le fue adversa en general la actuación de la prensa de la capital mexicana, aunque su gobierno buscó contrarrestar los ataques de los periódicos opositores mediante la compra de *El Diario* y el arreglo con *El Imparcial* para que suspendiera los ataques en contra suya. Empero, el tiempo no le alcanzó para conseguir más acuerdos de ese tipo, debido a que fue derrocado y asesinado el 22 de febrero de 1913 (Garcíadiego, 1999:31).

El general Victoriano Huerta, el mismo al que recientemente Madero había designado jefe del ejército federal, se alió con grupos conservadores encabezados por Félix Díaz y también con el embajador estadounidense, Henry Lane Wilson, para perpetrar el golpe de estado que, al darse a conocer en el país, fue rechazado por el gobernador del estado norteño de Coahuila, Venustiano Carranza, mientras que el caudillo revolucionario del sur del país, Emiliano Zapata, continuaba con su levantamiento armado iniciado durante la presidencia de Madero. A la rebelión y a la facción encabezada por Venustiano Carranza se le identificó como constitucionalista o carrancista, en tanto que a la de Emiliano Zapata se le conoció como la facción zapatista.

1.3 La articulación nacional de la prensa constitucionalista

En un discurso leído el 24 de septiembre de 1913 en la ciudad de Hermosillo, Sonora, México, donde se encontraba Venustiano Carranza en una escala de su recorrido para buscar respaldo en su combate contra el general usurpador Victoriano Huerta, dicho dirigente constitucionalista describió la función que desempeñaba la mayoría de la prensa mexicana durante el porfirismo:

Los periódicos diarios engañaban constantemente al público hablándole de los progresos educativos, del crédito de la República, de la consolidación de nuestra moneda, de nuestra balanza bursátil y con los mercados extranjeros, de nuestras vías de comunicación, de nuestras relaciones con las demás naciones civilizadas; pero lo cierto es que lo único que se hacía es robustecer cada día más la tiranía. Siempre he creído que esa época porque atravesó México, fue semejante a la época de Augusto y de la de Napoleón III. Y cuando más trataba de engañarnos la prensa gobiernista, surgió un ciudadano [Francisco I. Madero] proclamando la Revolución como único medio de sanear la vida política de la nación³⁶.

Uno de los primeros periódicos que fue creado como órgano oficial informativo y propagandístico del carrancismo empezó a publicarse en diciembre de 1913 en Hermosillo³⁷, Sonora, con el nombre de *El Constitucionalista*³⁸, dirigido por Salvador Martínez Alomía. El poderío militar y político del carrancismo fue adquiriendo cada vez mayor fuerza, lo que le permitió derrotar en agosto de 1914 al general Victoriano Huerta y tomar la ciudad de México, donde se asentó con su ejército y con sus aliados militares, los generales Álvaro Obregón, originario de Sonora, y el neoleonés Pablo González Garza.

Con la experiencia adquirida recientemente sobre la caída y asesinato de Francisco Madero, que sucumbió en parte por las rebeliones armadas y los

³⁶ Esta versión periodística fue publicada por el diario *La Voz de Sonora*, medio hermosillense en el cual el reportero José Campero escribió sobre el acto y el discurso del Primer Jefe Venustiano Carranza, pronunciado el día 24 de septiembre de 1913 en el Salón Cabildo de Hermosillo, Sonora (AGES, tomo 2943).

³⁷ Antes de la creación del periódico *El Constitucionalista*, como órgano oficial del movimiento carrancista, se editó en Hermosillo otro órgano oficial llamado *Boletín Oficial de la Primera Jefatura del Ejército Constitucionalista* que se publicó en esta ciudad como una pequeña hoja suelta, impresa por una de sus caras. El impreso, que es poco conocido, se encuentra en la Colección de Decretos del Ejecutivo del Estado de Sonora 1913, en el Archivo General del Estado de Sonora (AGES).

³⁸ En Hermosillo se publicaron 37 números de *El Constitucionalista* desde el 2 de diciembre hasta el 24 de febrero de 1914. En Ciudad Juárez se editó desde el número 38, correspondiente al 7 de marzo de 1914 hasta el número 52 del 9 de abril de 1914. En la capital de Chihuahua se imprimió desde el número 53, del 14 de abril de 1914 hasta el número 69 del 21 de mayo de ese mismo año. En Torreón, Coahuila, se publicó sólo el número 70 el 3 de mayo de 1914. En Saltillo, Coahuila, desde el número 71, del 6 de junio de 1914 hasta el número 83 del 4 de julio de 1914. En Monterrey, Nuevo León, fue impreso desde el número 84, del 9 de julio de 1914, hasta el 96, del 6 de agosto de 1914. En la Ciudad de México se editó desde el 97, del 20 de agosto de 1914 hasta el 99 del 25 de agosto de 1914, (Ramos, tomo I, 1959: 65). Del 22 de octubre de 1915 al 11 de febrero de 1916, en su tercera época se editaron en la ciudad de México del número 1 al 82, (Ramos, tomo II, 1959:47).

ataques de los periódicos alentados por sus opositores, los carrancistas fueron menos tolerantes con los grupos políticos adversarios y la prensa “enemiga” que estos auspiciaban, a los cuales les incautaron sus imprentas y con ellas crearon nuevos periódicos afines, al igual que desterraron a los periodistas que los criticaban³⁹.

Ya como Jefe de la revolución constitucionalista, Venustiano Carranza tuvo que lidiar con los liderazgos de otros jefes revolucionarios, como el de Francisco Villa, quien había adquirido relevancia por su poderío militar y popularidad cuando estuvo bajo su mando en el norte de México, así como también con el dirigente Emiliano Zapata, que había ampliado su fuerza militar y social en el sur del país.

Ambos líderes revolucionarios, Villa y Zapata, rechazaron posteriormente reconocer a Carranza como su jefe y se aglutinaron en torno a una nueva facción denominada convencionista, la cual lanzó el periódico *La Convención* como su órgano oficial en el estado de Aguascalientes⁴⁰. En el caso de Pancho Villa, antes de enfrentarse abiertamente a Carranza, ya había utilizado como principales instrumentos de información y propaganda dos medios impresos que editaba cuando encabezó el gobierno de Chihuahua, denominados *Vida Nueva* y el

³⁹ Venustiano Carranza, a diferencia de Madero, inmediatamente decidió expulsar del país a los más destacados periodistas huertistas e incautar los talleres del periódico porfirio-huertista *El Imparcial* para que se publicara *El Liberal*, en el que participaron Jesús Urueta y políticos e intelectuales muy ligados al carrancismo, como Gerzain Ugarte, Ciro B. Cevallos y Luis Cabrera. Carranza designó además a Alfredo Breceda, quien había sido su secretario particular, director general de la llamada prensa revolucionaria, con el objetivo de unificar la orientación de todos los periódicos a su favor (Garcíadiego, 1999: 34).

⁴⁰ *La Convención* fue un diario identificado con la Soberana Convención Revolucionaria de Aguascalientes y reproductor de los debates de todas sus sesiones. Como director fungió Heriberto Frías de 1914 a 1915. Los primeros 5 números se publicaron en Aguascalientes del 14 al 19 de noviembre de 1914; del 6 al 13 en San Luis Potosí del 21 al 29 de noviembre de 1914; en México los números 14 al 49, del 16 de diciembre de 1914 al 26 de enero de 1915; en Cuernavaca se imprimieron los números 50 al 73, del 12 de febrero al 13 de marzo de 1915; volviéndose a publicar en México los siguientes números: del 74 al 137, del 24 de marzo al 9 de julio de 1915; lo último, publicado con posterioridad fue el Boletín extra de noticias verídicas de fecha 20 de julio de 1915 (Ramos, tomo II, 1959:48).

Periódico Oficial del Estado de Chihuahua. El primero ensalzaba continuamente la figura del caudillo revolucionario, publicaba sus acciones de batalla, entrevistaba a sus generales, casi no difundía noticias locales y rara vez planteaba definiciones ideológicas sobre los objetivos de la revolución; en tanto que el segundo, el *Periódico Oficial*, contenía los decretos y leyes que emitía el gobierno villista, al igual que artículos ideológicos (Katz, 2012:479-480).

La confrontación militar y política entre las facciones de los constitucionalistas y de los convencionistas no duró mucho tiempo y tuvo un desenlace favorable para los primeros⁴¹, los cuales dominaron el gobierno federal y la mayor parte del territorio del país, con excepción de algunas zonas donde operaba la facción de Emiliano Zapata y Francisco Villa, al igual que otros jefes rebeldes que se oponían a abandonar las armas.

Las ideas políticas que expusieron y las acciones militares que realizaron las facciones constitucionalista y convencionista fueron difundidas mediante los tradicionales corridos mexicanos, en filmes, fotografías, en hojas sueltas, en libros, proclamas y en los diarios, ya que estos últimos eran los principales medios impresos de información.

⁴¹ El autor John Womack (1992: 80) señala que más que “entre las clases bajas y las altas, la lucha que empezó en 1910 fue entre elementos frustrados de las clases alta y media y elementos favorecidos de las mismas clases. En esta lucha intervinieron masas populares, pero de forma intermitente, con diferencias regionales, y las más de las veces dirigidas por la clase media, menos en causas económicas y sociales que en una guerra civil burguesa. En algunos lugares la destrucción fue terrible; en otros, escasa, pasajera o nula. En conjunto, el mundo empresarial se ajustó y continuó. A la larga, aumentó. Del principio al fin, las actividades de los extranjeros figuraron de modo importantísimo en la marcha de la Revolución, y no nos referimos al simple antagonismo del gobierno norteamericano, sino a complicadas rivalidades imperialistas entre Europa y los Estados Unidos intrincadísimas durante la primera guerra mundial. Lo que sucedió realmente fue una lucha por el poder, en la cual las diferentes facciones revolucionarias no contendían únicamente contra el antiguo régimen y los intereses extranjeros, sino también, a menudo más aún, las unas contra las otras, por cuestiones tan profundas como la clase social y tan superficiales como la envidia: la facción victoriosa conseguía dominar los movimientos campesinos y los sindicatos laborales para la promoción de empresas selectas, tanto norteamericanas como nacionales”.

Particularmente, los carrancistas siempre dieron mucha importancia a la prensa y la manejaron bien porque les resultaba “fundamental la proyección de una imagen favorable, el desprestigio de sus enemigos y el convencimiento de la opinión pública”, además de que Venustiano Carranza, en lo personal, “consideraba que era fundamental también convencer a la opinión pública de que no era la mejor opción sino la única” (Garcíadiego, 1999:33).

Uno de los intelectuales y político, identificado como el más radical del periodo de la revolución mexicana y que editaba el periódico *Regeneración* (1900-1918), Ricardo Flores Magón, sostuvo que Carranza “convocaba a sus lacayos en la prensa y los reunía para ordenarles el comienzo de una campaña de oprobio contra la clase trabajadora” y afirmó que la prensa carrancista vivía “con el oro que Carranza hace sudar al pueblo mexicano” (Bartra, 1991:385-386).

A modo de síntesis, la *prensa orgánica polarizada* mexicana fue una unidad artesanal-manufacturera productora de periódicos, que influyó fundamentalmente en el sistema político. Su desarrollo abarcó el periodo histórico de 1810 a 1915, se rigió por decretos diversos y las constituciones de 1824 y 1857 y además fue influida o controlada por las facciones de los liberales y los conservadores en el siglo XIX y la primera década del XX; mientras que a partir de la segunda década del siglo pasado figuraron las facciones de los maderistas, de los huertistas, los magonistas, los convencionistas y de los constitucionalistas, principalmente.

La triunfante facción carrancista se aprestó entonces a establecer una política nacional en torno a la prensa, que la respaldara en su quehacer como nuevo grupo gobernante. Al respecto, el jefe del Departamento de Prensa e Información Pública, de la Secretaría de Gobernación del gobierno federal constitucionalista de

México, Salvador Martínez Alomía⁴², delineó la estrategia general en materia periodística en una carta dirigida al gobernador carrancista de Sonora, Plutarco Elías Calles⁴³:

Uno de los objetos que debe llenar el Departamento de Prensa e Información Pública es el de investigar los elementos materiales e intelectuales con que, en el ramo periodístico, cuenta el Constitucionalismo en toda la República. Conocidos estos elementos y procurándose un intercambio de ideas e impresiones entre ellos, rápido y económico, sería más fácil lograr la unificación del criterio de la prensa constitucionalista en general y hacer más eficaz y más fructífera la labor revolucionaria que tiene a su cargo, en beneficio de los intereses del pueblo al cual debe servir. Este Departamento cree que la importancia de nuestra prensa no se limita a la región o Estado donde ella se publique, sino que es de carácter nacional. En tal criterio se apoya este Departamento para encauzar sus labores tendientes a procurar una orientación definida y nacionalista a la prensa del país y sugerir los medios de su mejoramiento material e intelectual⁴⁴.

1.4 La prensa industrial en México y su modelo de negocio

En el contexto de declarado apoyo para el “mejoramiento material e intelectual” de la prensa, por parte del gobierno carrancista, en la ciudad de México aparecieron las empresas editoras de los periódicos *El Universal* y *Excélsior*, fundados el 1 de octubre de 1916 y el 18 de marzo de 1917, respectivamente.

El primer director de *El Universal*, Félix Palavicini, dijo que ese diario “lo fundamos un grupo de particulares” y que como “empresa ‘productiva’ despertó la codicia de algunos” (Ruiz, 1995:283). La empresa que empezó a editar *El Universal* se había

⁴² Nació en la ciudad de Zacatecas el 16 de noviembre de 1891. Estudió para abogado y fue un conocedor de economía política. Asimismo, fue diputado por Campeche. Luchó como constitucionalista y estuvo presente en la Convención de la Ciudad de México, en octubre de 1914. Fungió como director del Departamento de Prensa e Información Pública de la Secretaría de Gobernación en el gabinete de Venustiano Carranza. También fue Ministro Plenipotenciario de México en Centroamérica en 1916 y de 1917 a 1920 fue senador por su estado natal y en ese último año murió en la capital del país, (*Así fue la revolución*, tomo 6, 1985:1636).

⁴³ Ruiz (1990:178) plantea que la prensa constitucionalista realizó una labor constante y coordinada de proselitismo, convirtiéndose en un elemento de lucha de primer orden, “a tal grado que el mando de este sector subvenciona no pocas publicaciones”.

⁴⁴ La carta de Martínez Alomía fue dirigida el 5 de enero de 1916 al gobernador sonorense Plutarco Elías Calles (AGES, tomo 3075).

constituido con el nombre de Compañía Periodística Nacional, desde el 15 de abril de 1915, con la aportación de un capital inicial de 500 mil pesos, por parte de cinco socios, cuatro de los cuales eran de origen extranjero⁴⁵.

Por su parte, Rafael Alducín, quien ya era dueño desde 1914 de una empresa que se dedicaba a realizar diversos trabajos de impresión y editaba dos revistas de su propiedad denominadas *El Automóvil en México* y *Revista de Revistas*, adquirió una rotativa usada llamada 'La Cucaracha' y fundó el 18 de marzo de 1917 el periódico *Excélsior*. Como parte del lanzamiento de ese nuevo diario, hizo tratos comerciales con la Agencia Goetschel con el propósito de que colocara publicidad en sus páginas, obteniendo unos cuatro mil pesos mensuales de ingresos por concepto de venta de anuncios, aparte de los ingresos que generaban los voceadores con la comercialización de ejemplares en las calles (Burkholder, 2009: 1381-1391).

El Universal y *Excélsior* fueron editados en imprentas industriales y fueron los principales diarios del siglo XX en dar vida a la llamada *prensa industrial* en México⁴⁶.

Ambos medios impresos contaron desde su fundación con formatos y diseños similares a los principales periódicos estadounidenses e incluyeron en sus

⁴⁵ Según el acta constitutiva de la Compañía Periodística Nacional que aparece en el Registro Público de la Propiedad, sección comercio, libro tercero, volumen 52, fojas 1, número 2, los nombres de los socios aportantes fueron: Felipe Robertson, súbdito inglés, George W. Cook, ciudadano mexicano, Adrián Jean, ciudadano francés, Camilo Bouhon, súbdito belga y Ángel Álvarez, súbdito español (Fernández, 1989:60).

⁴⁶ Estos dos periódicos, *El Universal* y *Excélsior*, representaron el origen y desarrollo de la llamada *prensa industrial* contemporánea de México en el siglo XX, pero con anterioridad y a finales del siglo XIX, ya había empezado a despuntar con la aparición en 1896 del periódico porfirista *El Imparcial* que se editó en la ciudad de México en una imprenta industrial y que reunió los elementos característicos que se encuentran en los diarios actuales, como la producción masiva a un relativo bajo precio, la inclusión de publicidad, las fotografías y la primacía de las noticias sobre los artículos de opinión (Aguilar, 1983:63-65). La aparición y desarrollo de *El Imparcial* (1896-1914) provocó la desaparición de numerosos periódicos de su tiempo (Ruiz, 1990:162), como los casos de *El Siglo Diez y Nueve* (1841-1896) y *El Monitor Republicano* (1844-1896) de ideología liberal y producidos en imprentas artesanales con pequeño tiraje.

páginas múltiples noticias, más que artículos de opinión o doctrinales, estos últimos géneros dominantes en la anterior denominada *prensa orgánica polarizada* mexicana. Las dos empresas contrataron además los servicios cablegráficos de agencias informativas con sede en Estados Unidos o de corresponsales propios en dicho país, de los cuales recibían la información por vía telegráfica o telefónica⁴⁷.

El Universal y *Excélsior* fueron creados al concluir el periodo más violento de la revolución mexicana, que había sido un movimiento que involucró a diferentes grupos sociales y que tuvo como desenlace el dominio de la facción constitucionalista, cuyo ideario se reflejó, de una u otra forma, en la promulgación de la nueva Constitución Mexicana en el año de 1917⁴⁸.

Con esa legislación se ratificó en esencia lo previsto en la anterior Constitución Mexicana de 1857. Como forma de gobierno se adoptó el sistema político republicano y federalista, en tanto que en lo económico se protegió fundamentalmente la propiedad privada y se planteó la repartición de los latifundios y la libertad de trabajo, de industria y la manifestación de las ideas y de imprenta. Al respecto de estos dos últimos puntos, tanto el artículo 6 y 7 constitucional nuevos fueron esencialmente retomados de la Constitución de 1857, quedando redactado de la siguiente forma el artículo 6º: “La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el

⁴⁷ Por ejemplo, al principio *Excélsior* empezó a pagar 60 dólares mensuales al periodista Rodrigo de Llano como corresponsal en Nueva York y también como responsable de conseguir contratos de publicidad para insertarlos en la página de noticias editada en idioma inglés de dicho periódico mexicano, que pretendía así captar lectores y el mercado publicitario de Norteamérica, principalmente (Burkholder, 2009: 1389-1391).

⁴⁸ Según el autor Sergio de la Peña (1982:236) la revolución estallada a partir de 1910 y su secuela de cambios respondió a la demanda de desarrollo interno de las clases para poder sobrevivir y que el desarrollo capitalista se habría de alcanzar mediante la industrialización, la liberalización del trabajo y la proliferación de relaciones capitalistas empresariales, que fueron garantizadas en la Constitución Mexicana de 1917.

caso de que ataque la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito, o perturbe el orden público”.

En tanto, el artículo 7º constitucional estableció en la nueva carta magna lo siguiente:

Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquiera materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento del delito. Las leyes orgánicas dictarán cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que so pretexto de las denuncias por delito de prensa, sean encarcelados los expendedores, ‘papeleros’, operarios y demás empleados del establecimiento donde haya salido el escrito denunciado, a menos que se demuestre previamente la responsabilidad de aquéllos (Constitución Mexicana, 1917).

La llamada *prensa industrial* mexicana, que abarca el periodo de 1916 a la fecha, ha tenido además un desarrollo económico como cualquier empresa en el mercado capitalista, al producir los periódicos ejemplares diarios de papel, como simples mercancías, que distribuye para su venta y consumo, de igual forma como operan otras empresas relacionadas con la producción de calzado y de automóviles, por mencionar tales ejemplos, y que buscan la rentabilidad económica para continuar operando.

La fundación de los periódicos *El Universal* y *Excélsior* en 1916 y 1917 representan esa característica económica propia y fundamental de la economía de mercado⁴⁹. *El Universal* y *Excélsior* empezaron a buscar los ingresos para

⁴⁹ Mientras la prensa industrial hacía su aparición en México en la segunda década del siglo XX, en España y Europa se consolidaba esta tendencia, de acuerdo con el autor Juan Antonio García (1982:291): “Esta influencia sobre un tipo de conciencia colectiva compuesta de individuos ‘anónimos’, se despliega fundamentalmente con la consolidación del moderno periodismo que tuvo lugar en Europa y en España en la segunda década de nuestro siglo [...] a partir de ese momento se generalizan y se consolidan las empresas periodísticas, a la búsqueda del máximo rendimiento

mantener su rentabilidad económica, mediante la venta de sus ejemplares y la gestión de publicidad en sus páginas, pero además obtuvieron el respaldo o subvención del grupo carrancista que controlaba el gobierno. Las subvenciones que otorgaba el gobierno de Venustiano Carranza no se daban a conocer a los lectores, debido a que esto le hubiera restado eficacia y credibilidad a los medios que respaldaba financieramente, que se desempeñaban como difusores de las noticias y opiniones favorables al mencionado Carranza, que ejercía como Jefe de la Revolución constitucionalista triunfante y como presidente provisional de México.

En determinadas coyunturas y conflictos entre las mismas empresas editoras de los periódicos, que competían por recibir mejores subvenciones de parte del gobierno, ya que operaban en un ambiente de crisis económica nacional, evidenciaban a veces el apoyo financiero público que obtenían.

Por ejemplo, *El Universal* publicó en 1917 que su competidor, el dueño de *Excélsior*, Rafael Alducín, recibía semanalmente dos mil pesos oro de parte del subsecretario de Gobernación del gabinete de Carranza, Manuel Aguirre Berlanga. *El Universal* tampoco fue la excepción en recibir apoyos del carrancismo, ya que dicho diario no sólo empezó a editarse desde su origen con “elementos de imprenta proporcionados por el gobierno”, sino que su primer director, Félix Palavicini, se mantenía como un colaborador cercano de Carranza, al grado de que este último lo había designado en 1915 como secretario de Instrucción Pública y Bellas Artes de su gabinete, confiriéndole además la “dirección política

económico, que ofrecen una *mercancía* (la noticia), ‘ideologizada’ al mínimo (en principio, salvo la prensa de partido) para que pudiera ser adquirida por el mayor número de lectores”.

de la prensa constitucionalista”, cargo al que renunció para desempeñarse en forma simultánea como director de *El Universal* y diputado ante el Congreso Constituyente de Querétaro. De hecho, Félix Palavicini también ya había sido director y fundador del periódico *El Pueblo*, considerado el órgano oficial del Primer Jefe revolucionario Venustiano Carranza, cuando su gobierno tuvo en 1914 su sede en Veracruz. *El Pueblo* registraba tirajes de unos 10 mil ejemplares diarios que eran distribuidos en las ciudades que el ejército constitucionalista iba ocupando y ganando a las facciones adversarias (Burkholder, 2009:1394; Ross, 1965:374; Ruiz, 1995:381-382).

El gobierno carrancista había tenido que lidiar con las otras facciones combatientes en la revolución mexicana, pero además con las presiones diplomáticas y propagandísticas de las potencias que protagonizaron la Gran Guerra o primera guerra mundial, encabezada por el lado de los aliados, Estados Unidos, en tanto que por la parte contraria, el gobierno de Alemania. La vinculación política del director de *El Universal* con el gobierno constitucionalista, así como las subvenciones que le eran otorgadas a *Excélsior*, al igual que al diario constitucionalista capitalino *El Demócrata*, le garantizaron al gobierno de Carranza sortear las presiones ejercidas, por parte de los estadounidenses y los alemanes, que encabezaron los bandos antagónicos durante la primera guerra mundial (1914-1918) y que operaron en México sus estrategias de propaganda bélica. *El Universal* y *Excélsior* se decantaron en favor de Estados Unidos, mientras que *El Demócrata* apoyó al bando alemán. En ese contexto de presiones extranjeras, específicamente por parte del gobierno alemán, fue como Carranza ordenó la clausura del periódico *El Universal* y el arresto de su director, Félix Palavicini, por

su proclividad a Estados Unidos en la primera guerra mundial (Katz, tomo II, 1983: 153), aunque también circuló la versión de que la razón había sido por supuestos ataques en sus páginas contra el ejército constitucionalista⁵⁰. En el año de 1918 terminó la conflagración, pero no las presiones e intervencionismo de Estados Unidos en los asuntos internos de México, mientras que su inversión de capitales se extendió al sector de las comunicaciones⁵¹.

La facción constitucionalista no era monolítica y en su interior existieron varios grupos que la integraron, los cuales empezaron a confrontarse conforme se aproximaba la sucesión presidencial de Venustiano Carranza, prevista para el año 1920. A tal grado avanzó la confrontación interna de la facción constitucionalista, que ésta se dividió, a su vez, en la facción “civilista” y la denominada facción “militarista”⁵². Entre los “civilistas” figuraba el presidente Venustiano Carranza y quienes simpatizaron con la propuesta de que su sucesor fuera un candidato civil y la otra, la “militarista”, encabezada por el general sonoreense Álvaro Obregón.

⁵⁰ La prensa mexicana dio la noticia de que Estados Unidos y Cuba declaraban la guerra a Alemania el 7 de abril de 1917 y precisamente ese día el gobierno carrancista clausuró *El Universal* y detuvo a su director Félix Palavicini “por supuestos ataques periodísticos al ejército constitucionalista”. Posteriormente, Palavicini, al recobrar su libertad y su credencial como diputado federal, así como la imprenta del periódico, el día 14 de abril, “acusó a Álvaro Obregón [secretario de Guerra en el gabinete carrancista] de haberlo aprehendido y de propiciar el encono contra Carranza” (Gómez, 1997:30-32).

⁵¹ Dicha guerra mundial dejó como saldo, en el campo de las comunicaciones, novedosos sistemas inalámbricos que fueron explotados por las corporaciones norteamericanas, que en esa época desplazaron en México al capital europeo prevaeciente durante el porfiriato. Las corporaciones norteamericanas manejaron además algunos medios de información escritos y los nuevos medios como la radiodifusión, influyendo en los periódicos mexicanos. Dos de ellos, *El Universal* y *Excelsior*, surgidos durante la primera guerra mundial, “serán incorporados al mundo de la radiodifusión, que nace en los Estados Unidos con un definitivo sello comercial. Surge así el periodismo como empresa, que ya tenía su antecedente en la última década del siglo XIX, con periódicos que pretenden ganar lectores, no ya por su contenido ideológico sino por su moderno formato” (Fernández, 1989:19-20).

⁵² Alan Knight (tomo II, 1996:1008-1009) refiere que la desavenencia entre civiles y militares cruzó de arriba abajo la nación, identificada desde el Congreso Constituyente de Querétaro, en el año de 1917, cuando los civiles favorecían políticas moderadas, liberales, mientras los militares preferían alternativas más radicales y nacionalistas. Considera que el trasfondo del distanciamiento entre ellos fue porque “los civiles afirmaban que era necesario un gobierno civil, a lo que se oponían los militares”.

El conflicto de ambos políticos se exacerbó durante el año de 1919, ya que Carranza decidió apoyar como candidato “civilista” a Ignacio Bonillas para que lo sucediera en el cargo de presidente de la república, en detrimento del otro aspirante presidencial, el “militarista” Álvaro Obregón, que había sido hasta entonces un importante aliado de Carranza. Cuando se volvió irresoluble la confrontación política de ambos grupos, Obregón midió fuerzas y finalmente resultó triunfador al derrocar al presidente Carranza, quien fue asesinado el 21 de mayo de ese mismo año por el general Rodolfo Herrero, cuando el mandatario mexicano huía con rumbo al estado de Veracruz.

Después de la caída y asesinato de Carranza, el gobernador de Sonora Adolfo de la Huerta fue nombrado el 24 de mayo de 1920 presidente interino de México, mientras se realizaban las elecciones presidenciales, en las que resultó ganador el sonorenses Álvaro Obregón y quien asumió la presidencia el 1 de diciembre de ese mismo año.

Debido a que el director de *El Universal*, Félix Palavicini, era un cercano colaborador “civilista” de Venustiano Carranza y atacaba al “militarista” Obregón en las páginas de su diario, tuvieron varios conflictos. Al respecto, Palavicini⁵³ dijo que “la dictadura había vuelto con el obregonismo [así era identificada también la facción que encabezó Álvaro Obregón]”, por lo cual “me vi obligado a abandonar la empresa”, de la cual aparecía registrado como presidente de su consejo de

⁵³ El mismo autor Alan Knight (tomo II, 1996:1006-1010) documenta la animadversión entre el periodista civilista Félix Palavicini y el militarista general Álvaro Obregón. Por citar un ejemplo, Palavicini comentó después de un accidente que tuvo Obregón, que “mucho se beneficiaría México si desaparecieran unos cuantos héroes revolucionarios”. Por otra parte, Félix Palavicini ya había acusado a Obregón de detenerlo por supuestos ataques esgrimidos en *El Universal* contra los militares, cuando dicho general se desempeñaba como secretario de Guerra en el gabinete del presidente Venustiano Carranza (Gómez, 1997:30-32).

administración desde el 20 de noviembre de 1919 (Ruiz, 1995:382; Fernández, 1989:60).

Álvaro Obregón gobernó en el periodo 1920-1924 y en general no hubo muchos sobresaltos en su relación con la prensa capitalina y del resto del país. Cuando llegó el año de 1923 y empezó la efervescencia por la sucesión presidencial, los candidatos principales fueron sus paisanos Plutarco Elías Calles y Adolfo de la Huerta, pero este último se sublevó, junto con varios generales, al denunciar que Obregón pretendía apoyar a Elías Calles. En ese contexto político electoral crispado, Elías Calles le consultó vía telegráfica al presidente Álvaro Obregón, el 1 de enero de 1924, si podría ejercer alguna acción contra *El Universal* y *Excélsior* porque, según dicho político, tales periódicos incitaban a la rebelión en sus páginas.

Creo que te habrás fijado en labor insidiosa que siguen haciendo periódicos *Excélsior* y *Universal*, pues no hay día en que de una manera indirecta no estén incitando a la rebelión. Soy opinión que no merecen respeto que se les tiene y si lo crees conveniente podemos ejercitar acción contra ellos (Burkholder, 2009:1399).

La rebelión encabezada por Adolfo de la Huerta fue sofocada por medio de las armas y éste se exilió en 1924 en la ciudad de Los Ángeles, California, Estados Unidos, en tanto Plutarco Elías Calles asumió la presidencia de México. En ese lapso, el dueño de *Excélsior*, Rafael Alducín, sufrió el 28 de marzo de 1924 una caída de su caballo en la capital del país y al día siguiente falleció, dejando una empresa exitosa que ya contaba en ese año con nuevo edificio, que había acumulado la impresión de un millón 813 mil 412 ejemplares, tan sólo en el

transcurso del año anterior y que además había creado su primera estación de radiodifusión⁵⁴.

En resumen, la *prensa industrial impresa* mexicana tuvo su origen como una industria influyente sobre el sistema político y económico, surgió con un modelo de negocio monoplataforma, fundamentalmente de tipo publicitario y de distribución física de papel, su desarrollo comenzó desde 1916 y se ha regido desde entonces por los artículos 6 y 7 de la Constitución de 1917, además ha sido influida por los grupos de presión de la sociedad, en particular, del sistema político y económico⁵⁵. La prensa en México ha estado regulada, históricamente, a través de las constituciones políticas o decretos específicos, que han conformado su marco regulatorio desde su origen en 1541 en la Nueva España. La libertad de prensa fue casi nula durante los tres siglos de la Colonia, con excepción de un efímero lapso cuando fue aprobada la Constitución de Cádiz en 1812, que contempló la libertad política de imprenta para España y los territorios colonizados americanos, pero que en la Nueva España no se aplicó, al argumentarse que se encontraba en la guerra de Independencia. Posteriormente, con la consumación de la Independencia de México en 1821, se ha otorgado la libertad de prensa en las

⁵⁴ Luego de la muerte del dueño fundador de *Excelsior*, Rafael Alducín, su esposa Consuelo Thomalen se hizo cargo de la empresa, pero en 1928 la vendió a unos empresarios que nombraron como presidente del consejo de administración a José Castellot Jr., quien lo primero que hizo fue publicar una carta abierta en el mencionado diario en el que dejó claro que no existía “deslealtad” hacia el presidente Plutarco Elías Calles. Pese a haber declarado su adhesión al gobierno mexicano, los nuevos dueños sólo pudieron sostener a dicha empresa hasta 1931, año en que fue declarada en bancarrota (Burkholder, 2009:1400-1411).

⁵⁵ El historiador mexicano Lorenzo Meyer (1976:65) plantea como definición de grupo de presión lo siguiente: “De manera muy general, se puede decir que cuando es posible identificar a un conjunto de individuos que han establecido una relación más o menos estrecha y constante entre ellos con el propósito manifiesto de influir en la formulación de las decisiones políticas dentro de un sistema social determinado -el que estas decisiones puedan tener un carácter específico o general, no importa en este momento-, entonces se puede decir que nos encontramos frente a un grupo de presión”. En el presente trabajo de investigación la idea del *grupo de presión* se extiende no sólo al que influye en las “decisiones políticas”, sino también en las “decisiones de la prensa”, que ha sido uno de los actores destacados del sistema político mexicano del siglo XIX y la primera mitad del XX.

Constituciones políticas de 1824, 1857 y 1917, aunque la censura y la represión no han desaparecido. Las facciones políticas y económicas dominantes han utilizado además un mecanismo encubierto o evidente para controlar o influir en la función básica de la prensa mexicana: las subvenciones económicas.

La Gazeta del Gobierno de México fue el primer periódico subvencionado desde el poder público en el periodo de la Colonia, a partir de 1810, cuando fue transformado en un órgano oficial del virreinato para difundir las disposiciones y leyes que emitieran sus autoridades monárquicas. Posteriormente, durante el periodo de la *prensa orgánica polarizada* mexicana (1810-1916) ésta sería auspiciada o subvencionada por los grupos políticos y económicos dominantes y antagónicos que se disputaban el control del sistema político mexicano, principalmente los liberales y los conservadores, durante el siglo XIX y la primera década del siglo XX; mientras que en la segunda década de esa misma centuria fueron las facciones de los constitucionalistas y los convencionistas, principalmente. Estas dos últimas facciones de la revolución mexicana subvencionaron, generalmente en forma encubierta, a determinados periódicos para que defendieran sus intereses y combatieran a sus adversarios.

En cuanto al origen de la *prensa industrial impresa* mexicana contemporánea (1916-a la fecha), ésta recibió la subvención encubierta del gobierno constitucionalista de Venustiano Carranza, después continuó obteniendo ayuda económica en forma oculta durante las presidencias del triunvirato político de Sonora, representado por Adolfo de la Huerta, Álvaro Obregón y Plutarco Elías Calles.

Sonora, cuya capital del Estado -Hermosillo- se encuentra ubicada a 2,050 kilómetros de distancia al noroeste de la Ciudad de México, tuvo más visibilidad en el contexto nacional de la política mexicana, con la incursión de tales personajes políticos, los cuales habían tenido la oportunidad para establecer sus planes en materia de gobierno y de desarrollos productivos en la región, así como de haber implementado una estrategia de propaganda e información a través de los periódicos locales sonorenses subvencionados, particularmente cuando fungieron como gobernadores del Estado de Sonora, Plutarco Elías Calles y Adolfo de la Huerta.

CAPÍTULO II. EL DESARROLLO TARDÍO DE LA PRENSA EN SONORA

2.1 El pionero: *La Aurora en Occidente*

El desarrollo del periodismo en Sonora fue tardío con respecto a la metrópoli mexicana, esta última donde la actividad periodística ya era relativamente intensa y polarizada.

En 1828 se introdujo la primera imprenta en el territorio sonorense, año en el cual también apareció el primer periódico impreso en Sonora, denominado *La Aurora en Occidente*. Ese primer taller tipográfico instalado en Sonora duró en funcionamiento hasta 1831, debido a que fue removido para trasladarlo a la ciudad de Culiacán, Sinaloa, quedándose los sonorenses de nuevo sin imprenta y sin la posibilidad de publicar en su desértico territorio algún periódico durante varios años.

Sonora se localiza a poco más de dos mil kilómetros de distancia al noroeste de la Ciudad de México, el mayor centro urbano y político del país. La región sonorense tenía en la primera mitad del siglo XIX como vías de conexión las brechas o caminos de terracería, así como el puerto de Guaymas, desde donde zarpaban y llegaban barcos procedentes de otras instalaciones portuarias mexicanas y del extranjero. Sus vías de transporte terrestre hacia el norte, donde se ubica Estados Unidos, también eran caminos rústicos que presentaban muchas dificultades y peligros para arriesgarse a transitar por ellos.

El territorio de Sonora forma parte de uno de los tres tipos de medios naturales existentes en México, en los que el poblamiento se hizo de manera diferente en el espacio mexicano. Los tres tipos de medios naturales en el país son las zonas montañosas más o menos húmedas, las tierras bajas tropicales cálidas y los

territorios desérticos, mucho más extensos en el norte del país. Sonora se localiza en este último medio natural desértico del norte mexicano, que fue objeto de una conquista española por etapas sucesivas, teniendo su primera fase en la época colonial y que se asoció con la explotación de las minas de plata. El desierto de Sonora tiene una flora muy distinta de las regiones adyacentes y un gran número de caracteres ecológicos que sirven para diferenciarlo de las otras regiones desérticas de Norteamérica. Las tierras bajas en el sur sonoreense cuentan con bosque espinoso (chaparral) y otras especies tales como huizaches, mezquites y diversas clases de pastos; sólo en los terrenos más altos y con mayor cantidad de lluvia aparece el bosque de hojas caducas y las coníferas de la Sierra Madre Occidental, mientras que por el lado poniente se encuentra el Golfo de California (Bataillon, 1986:17-22; Bassols, 1972:129:130).

La ubicación geográfica de Sonora la mantenía relativamente apartada con respecto al resto del país, lo que propició tener un desarrollo diferenciado⁵⁶. Las condiciones naturales de Sonora, aunadas al rezago productivo y la falta de seguridad en la infraestructura de transporte terrestre en la región, por los riesgos que representaban los grupos de indígenas rebeldes que merodeaban y atacaban, así como los relativamente escasos y dispersos asentamientos urbanos, entre otros factores, provocaron una actividad económica desigual, lo cual también

⁵⁶ Sonora tuvo rasgos que la diferenciaron con respecto al desarrollo del centro del país. Por ejemplo, la disponibilidad de recursos naturales favoreció la minería y la agricultura, mientras que la retención exitosa de las tierras más fértiles, por parte de los indígenas, así como los ataques de los apaches, impidieron la implantación de la hacienda como unidad económica y social cerrada. Estas condiciones favorecieron “una tendencia hacia la autosuficiencia en la mayoría de los asentamientos de población criolla y mestiza - conocidos como ‘pueblos’-, con un escaso grado de división social en el trabajo, una débil estructura de clase y una diferenciación atenuada. Sus pobladores tenían una interacción cara a cara, sobre una base cotidiana, y mantenían la cohesión social ante los ‘enemigos’ externos, como los apaches y yaquis rebeldes” (Almada, 2011:133-134).

propició el desfase de la aparición y desarrollo de la prensa sonorenses con respecto al surgimiento y desenvolvimiento de los periódicos editados en la Ciudad de México.

En Sonora no hubo un desarrollo de la *prensa orgánica colonial*, en el periodo que abarcó de 1541 hasta 1809 en la capital mexicana, ya que fue inexistente un elemento fundamental: la imprenta. Como ya se describió, este instrumento tipográfico fue traído hasta el año de 1828 a la población de Álamos⁵⁷, representando un hito, desde la perspectiva del periodismo impreso sonorenses, ya que posibilitó la publicación del primer periódico en ese lugar, a partir del 3 de julio de ese mismo año, denominado *La Aurora en Occidente* (Almada, 2009:497). Esa primera publicación impresa en Sonora se dio en el contexto de la llamada *prensa orgánica polarizada* mexicana, que ya había adquirido un notorio arranque en la Ciudad de México⁵⁸, tras la desaparición como tal de la denominada *prensa orgánica colonial*.

*La Aurora en Occidente*⁵⁹ se editó en forma semanal en la imprenta artesanal que era propiedad del gobierno, la cual carecía de suficiente tipografía o letra e

⁵⁷ El Estado Interno de Occidente tuvo como una de sus capitales a Álamos, localidad que en 1828 aún pertenecía a la entonces provincia de Sinaloa, pero la ulterior separación del estado de Occidente en 1830 en dos estados autónomos, el de Sonora y Sinaloa, Álamos pasó a formar parte de lo que actualmente comprende geográficamente el territorio sonorenses.

⁵⁸ En la región del centro del país, donde se localiza la ciudad de México, la reinstalación del Congreso Constituyente en abril de 1823 había provocado “activas campañas de prensa sobre las ventajas y desventajas de la república federada. En esta época las logias masónicas se encargan de dirigir los pasos de las publicaciones periódicas”. Por ejemplo, en la capital del país surgieron la *Gaceta Imperial de México* (1821-1822), *El Sol* (1821-1832), *Gaceta del Gobierno Supremo de la Federación Mexicana* (1823-1827), *El Federalista* (1823), *El Águila Mexicana* (1823-1827), entre otros, que polemizaron entre si y atacaron a las facciones contrarias (Ruiz, 1990:31-37).

⁵⁹ Antes de que se imprimiera el primer periódico en la región, las noticias eran difundidas en forma oral, “a la llegada de los viajeros en la posta, en los corrillos lugareños las cartas eran pasadas de mano en mano, en la botica, en el portal, en la plaza pública, señalados sitios que casi siempre servían de fuentes de información” (Olea, 1995:47). Por otra parte, y al describir el ambiente social que prevalecía 15 años después de la publicación del primer periódico en Álamos, el viajero extranjero Vicente Calvo escribió en 1843 que en el

imprimía en forma lenta en pliegos de papel (Olea, 1995:90). Ese periódico fue el órgano oficial del Gobierno de Occidente (1824-1831), integrado por las provincias de Sonora y Sinaloa, por lo cual contenía fundamentalmente información sobre decretos y leyes, pero además algunas noticias diversas y opiniones.

El tipógrafo José Felipe Gómez fue el impresor responsable de la imprenta gubernamental y de la publicación de *La Aurora en Occidente*⁶⁰. La suscripción a dicha publicación tenía un precio de 1 peso por trimestre en la capital y de 1.50 pesos en las poblaciones foráneas, figurando como agentes o representantes del medio impreso en Álamos, José María Almada; en la Villa de Sinaloa José María Monge; en Culiacán Domingo Espinosa; en Hermosillo José María García de Noriega; y en Arizpe José Elías (Almada, 2009:497).

La Aurora en Occidente se publicó durante cinco meses, lapso en el que también se pudo imprimir otro periódico llamado *Celajes*, del cual se desconoce la fecha precisa de su aparición y de su desaparición, pero que aún se imprimía en el año de 1829, de acuerdo con una mención pública del gobernador del Estado de Occidente, Francisco Iriarte. *La Aurora en Occidente* fue sustituida en 1829 por el nuevo periódico oficial *La Opinión Pública de Occidente*, que también se editó en Álamos (Olea, 1995:98; Pesqueira, 1945:1).

puerto de Guaymas, Sonora, ubicado a alrededor de 250 kilómetros al norte de la mencionada población de Álamos, “no hay...artículos de periódicos, ni óperas o toros, para dar alimento a la conversación (como no sea en el día de la llegada de algún buque con noticias)” (Calvo, 2006:101).

⁶⁰ El historiador chihuahuense Francisco Almada obsequió el ejemplar número 5 de *La Aurora en Occidente* al historiador sonorenses Eduardo W. Villa, y este último lo captó en una fotografía publicada en el desaparecido periódico de Hermosillo *El Matinal*, el 13 de octubre de 1945, el cual se conserva en los archivos de la Hemeroteca de la Universidad de Sonora.

Figura No. 8
La Aurora en Occidente



Imagen propia

Fuente: *Diario Matinal del Noroeste de México* 13/10/1945:6.
Hemeroteca de la Universidad de Sonora.

Lo peculiar de estas primeras ediciones oficiales es que en sus contenidos aparecieron publicadas las controversias que mantuvieron en ese periodo los diputados y el gobernador, en torno a la propuesta de separación de las dos provincias que integraban el Estado de Occidente, Sonora y Sinaloa. Las razones fueron que el poder legislativo, representado por los diputados, y el poder ejecutivo, encarnado por el gobernador en turno, ostentaron un poder político similar y en constante pugna, que les permitía ordenar la inclusión, simultánea o intercalada en sus ediciones, de los escritos de ambas partes en las páginas del periódico.

Esta situación singular duró poco tiempo, debido a que el Congreso General, con sede en la ciudad de México, aprobó la separación de ambas provincias y les otorgó el 13 de octubre de 1830 la autonomía como nuevos Estados integrantes de la república mexicana (Olea, 1985:108-109). Ya casi para desaparecer el Congreso de Occidente comenzó a emitir decretos para allanar las posibles

“dificultades” que ocasionaría la inminente división y les colocó la leyenda “Gobierno Supremo de los Estados de Sonora y Sinaloa”⁶¹.

Uno de esos decretos aprobados por los diputados locales fue el número 181 de enero de 1831, el cual estableció textual en su tercer punto:

3.- A mas de los trabajos que á la comisión señala el artículo 7 de la citada ley núm.180 tendrá esta la de dividir proporcionalmente entre los nuevos Estados los muebles útiles y enceres de todas las oficinas que hoy ecsisten en el Estado unido⁶².

Los diputados de dicho congreso aprobaron la repartición de los bienes materiales del Estado de Occidente, correspondiéndole a Sinaloa la propiedad de la única imprenta que se contaba en esa apartada región del noroeste de México, en tanto que el Estado de Sonora se quedó sin imprenta y sin periódico oficial. Tras el mencionado acuerdo de los legisladores locales, las autoridades de la nueva entidad sonorense se vieron orilladas a solicitar al gobierno del vecino Estado de Chihuahua que les imprimieran sus disposiciones legales, mientras compraban una imprenta nueva y creaban su propio periódico (Almada, 2009:321-323).

2.2 Los periódicos sonorenses decimonónicos

La nueva imprenta oficial para el soberano Estado de Sonora fue adquirida hasta el año de 1833, reanudándose la publicación de los decretos y demás disposiciones legales en la población de Arizpe, sede de los poderes del gobierno

⁶¹ Las fuentes documentales sobre la separación y el reparto de la imprenta oficial de las provincias de Sonora y Sinaloa, que integraban el Estado de Occidente, fueron los decretos originales emitidos por el Congreso de Occidente que conserva en microfilm la Arizona Historical Society en la ciudad de Tucson, Arizona, Estados Unidos, de los cuales el autor de la presente tesis doctoral cuenta con una copia fotostática simple. Tales decretos corresponden a los números 179, 180 y 181 de enero a febrero de 1831. Asimismo, sirvieron como fuente las obras de Olea (1985; 1995), también de Almada (2009), entre otros que se citan en este apartado relacionado con el tema.

⁶² Copia simple del decreto original número 181 del Gobierno Supremo de los Estados de Sonora y Sinaloa, fechado el 25 de enero de 1831 en Álamos, en posesión del autor del presente trabajo de tesis doctoral.

sonorense. En ese periodo existían diversas facciones políticas y económicas en Sonora, pero el debate generalmente no lo recolectó la prensa porque sólo existió una sola imprenta y eventualmente un periódico oficial, es decir, había facciones pero no prensa *facciosa* o *polarizada* en Sonora, a diferencia de lo que sí ocurría en la ciudad de México, en ese mismo periodo, donde la polémica era patente en varios periódicos que circulaban en la metrópoli.

Después de la separación de Sonora, como Estado soberano, fue en la localidad de Arizpe donde comenzó a editarse en marzo de 1838 el periódico oficial *El Restaurador*. También salió a la luz *El Federalista* auspiciado por Juan Esteban Milla y José Manuel Estrella, que al parecer habría tenido un carácter efímero y faccioso al defender al grupo liberal federalista y atacar a la facción antagónica de los llamados centralistas.

Esa única imprenta oficial que se encontraba en Arizpe fue trasladada después a la población de Ures, en el año de 1838, por haberse convertido en la nueva sede aprobada para los poderes del gobierno de Sonora, donde prosiguió editándose el periódico oficial hasta el año de 1840, cuando desapareció con ese nombre⁶³ y fue denominado *El Sonorense* (Almada 2009:502). La imprenta del gobierno tuvo un marcado rasgo itinerante, ya que la misma estaba directamente vinculada con los cambios de la sede de los poderes políticos. Y la razón es sencilla, la administración gubernamental requería de los servicios de la imprenta para publicar los decretos y demás disposiciones legales que aprobara. El nuevo Estado soberano de Sonora tuvo inicialmente su sede en Hermosillo, de donde fue

⁶³ Los cambios del nombre del periódico oficial, durante el siglo XIX, formaron parte de las decisiones de los grupos que llegaron a encabezar la administración pública estatal y que pretendían diferenciarse de sus antecesores con tales modificaciones, entre otros motivos.

rápidamente cambiada a Arizpe, para posteriormente quedar asentada en 1838 en la población de Ures. En todos esos cambios de sede de los poderes políticos - con excepción del primero de Hermosillo a Arizpe, porque aún no existía imprenta propia-, el taller tipográfico también fue trasladado e instalado para publicar los decretos, las diversas disposiciones legales que se aprobaran y el periódico oficial, aunque además realizaba trabajos para particulares, entre estos algunas publicaciones periodísticas de aparición esporádica, mediante el pago de una determinada tarifa. Esas publicaciones de particulares trataban generalmente temas coyunturales de índole política, característica que se prolongaría durante la segunda mitad del siglo XIX, impresos en los que se criticaban los bandos en conflicto.

A diferencia de las publicaciones auspiciadas por particulares, que generalmente tenían poca continuidad, el periódico oficial contó con algunas ventajas para mantener su producción constante, como el hecho de mantener a su disposición un presupuesto fijo y la asignación permanente de trabajadores para su edición.

En ese sentido, y a partir del año de 1855, se dio una continuidad efectiva en la producción del periódico oficial del gobierno sonorenses, que tuvo la sede de sus poderes en la población de Ures (1838-1879). En el periodo de esas cuatro décadas el órgano oficial periodístico impreso tuvo inicialmente la denominación *La Voz de Sonora* que, a partir de 1859, cambió por el nombre de *La Estrella de Occidente* (Aldaco, 1989:48).

El periódico oficial tuvo en ese lapso un contenido variado, desde disposiciones legales, noticias cortas locales, nacionales e internacionales, así como anuncios mercantiles y textos de tipo político y literario. En cuanto a sus contenidos

relacionados con el poder político, eran opiniones que reflejaban la posición del grupo o facción que dominaba el gobierno y que, por ende, controlaba en forma directa lo que publicaba su órgano periodístico oficial. Por ello, cuando la facción gobernante era la liberal federalista, los contenidos defendían ese sistema de gobierno y criticaban a la facción adversaria, que representaban los conservadores centralistas, o viceversa. El predominio del periódico oficial se mantuvo en Sonora hasta bien entrado el siglo XIX, cuando fueron instaladas varias imprentas particulares en su territorio y comenzaron a publicarse otros medios impresos.

Uno de los nombres del periódico oficial que perduró desde el 23 de febrero de 1879 hasta el 31 de agosto de 1911, fue *La Constitución*⁶⁴, el cual sería utilizado por los gobiernos en turno para responder a las críticas de los periodistas o bien a los representantes de las facciones opositoras a lo largo de su existencia. Por ejemplo, *La Constitución* criticó en 1886 a *El Pueblo* de Hermosillo y *El Sonorense* de Guaymas, “periódicos que desde su primer número han agotado los adjetivos injuriosos para el Gobierno del Estado, dando a conocer bien claramente que su único objeto es atacarlo a todo trance, no importan las armas ni los medios” (Moncada, 2000:12-17).

A principio del siglo XX, las principales ciudades sonorenses ya contaban con el recorrido de trenes, el tendido de cables del telégrafo y con un sistema de comunicación telefónica, que las conectaba con el resto del país. La prensa era el

⁶⁴ Antes había aparecido el *Diario Oficial*, cuyos ejemplares publicados de diciembre de 1876 a marzo de 1877, se tienen archivados en la Hemeroteca de la Universidad de Sonora, mientras que de *La Constitución* son conservados los ejemplares que datan desde 1880 hasta 1909, en esa misma institución educativa.

medio impreso de información colectiva más importante de las poblaciones de Sonora, cuando estalló la revolución mexicana en 1910. Dicha sublevación ocurrió en noviembre de ese año, a la que había convocado a nivel nacional Francisco Madero, con el lanzamiento del llamado “Plan de San Luis”.

2.3 La polarización de la prensa de Sonora durante la revolución

Fue en el periodo revolucionario armado (1910-1917) cuando la *prensa orgánica polarizada* de Sonora adquirió sus características más definitorias, al ser utilizados los periódicos como trincheras de papel por parte de las facciones combatientes, que se defendían y atacaban a través de sus páginas. En el caso de los diarios publicados en Sonora, estos se localizaban en los principales centros urbanos de la entidad, que concentraban a la mayor parte de la población, que gozaban de mayor desarrollo económico y con mayor proporción de alfabetizados. La población total de Sonora en 1910 era de 265 mil 383 habitantes, de los cuales 38 mil 130 se asentaban en el distrito de Guaymas y 31 mil 117 en el distrito de Hermosillo, entre otros distritos integrantes del estado (González, 2001a:31).

Uno de los políticos sonorenses vinculado a Francisco Madero desde 1910, fue José María Maytorena Tapia, a quien el primero lo designó gobernador provisional de Sonora. Maytorena Tapia después se presentó como candidato al gobierno estatal y ganó en los comicios realizados el 30 de julio de 1911.

Cuando el presidente Francisco Madero fue derrocado y asesinado en febrero de 1913 por el dictador general Victoriano Huerta, el gobernador sonorenses José María Maytorena pidió una licencia por “pretextos de mala salud” para abandonar su cargo, sustituyéndolo como interino el diputado local Ignacio Pesqueira, quien

el 4 de marzo de 1913 rechazó y desconoció al gobierno federal del usurpador. Para agosto de 1913, el general que encabezaba a las tropas golpistas de Victoriano Huerta en Sonora, Luis Medina Barrón, que se encontraba sitiado por los maderistas en el puerto de Guaymas, reportó a sus jefes en la ciudad de México sobre la actividad periodística de los sublevados sonorenses:

La prensa hace una propaganda muy activa pues dominan en todo el Estado, tanto el periódico oficial como los demás que medran a su amparo, lanzan a la publicidad artículos incendiarios que tienden hacer creer que al pelear contra la federación, no hace más que defender a su Estado y a un gobierno legal, siendo la causa por la que esta gente está fanatizada resultando el maderismo en ellos una enfermedad (González, 2001b:21).

Esas circunstancias rodearon al gobernador de Coahuila, Venustiano Carranza, quien se dirigió a Sonora luego de haber rechazado a Huerta como presidente de México y donde anunció que lo combatiría con la fuerza de las armas y la creación de periódicos. En su discurso ante los pobladores de Hermosillo, el también llamado Jefe del Ejército Constitucionalista expresó su opinión sobre las circunstancias que prevalecían en el país y en torno a la prensa gobiernista de esa época⁶⁵:

Durante treinta años de paz que disfrutó el país bajo la administración del general don Porfirio Díaz, no hizo el país sino estar en una calma desesperante y en un atraso más grande que el de los países similares de nuestra vasta América indoespañola, sin progreso material ni social. El pueblo se encontró durante esos treinta años sin escuelas, sin higiene, sin alimentación, y, lo que es peor, sin libertad. Los periódicos diarios engañaban constantemente al público hablándonos de los progresos educativos, del crédito de la República, de la consolidación de nuestra moneda, de nuestra balanza bursátil con los mercados extranjeros, de nuestras vías de comunicación, de nuestras relaciones con las demás naciones civilizadas; pero lo cierto es que lo único que se hacía era

⁶⁵ Biblioteca del Pensamiento Legislativo y Político Mexicano, (2014). *Documentos constitucionalistas*. Venustiano Carranza, México: Cámara de Diputados LXII Legislatura-Pámpano Servicios Editoriales S.A. de C.V., p. 34-35. Recuperado de http://biblioteca.diputados.gob.mx/janium/bv/md/LXII/venus_carr_doc_const.pdf

robustecer cada día más la tiranía que ya carcomía el alma nacional. Siempre he creído que esta época por la que atravesó México fue semejante a la época de Augusto y a la de Napoleón III, en que todo se le atribuía a un solo hombre. Y cuando más trataba de engañarnos la prensa gobiernista, apareció un ciudadano proclamando la Revolución como único medio para resolver la vida política de la Nación, llevando escritos como principios de ella, el sufragio efectivo y no reelección. Esto, desgraciadamente, no era una novedad, pues ya el general Díaz, como promesa, había escrito los mismos principios en el Plan de Tuxtepec reformado en Palo Blanco.

En Hermosillo se reunieron Carranza y Maytorena, ambos maderistas, este último que ya se había reintegrado a su puesto como gobernador, después de haber estado ausente por seis meses. El respaldo que brindaron a Carranza los políticos y militares sonorenses simpatizantes de su lucha, junto con los del vecino estado de Chihuahua, entre otros, contribuyeron a que el llamado movimiento constitucionalista derrotara en 1914 al usurpador Victoriano Huerta. Sin embargo, cuando el dictador fue derrocado por la facción constitucionalista, encabezada por Carranza a nivel nacional, el gobernador de Sonora, José María Maytorena lo desconoció como su Jefe y se alió a la nueva facción convencionista que dirigieron los caudillos revolucionarios Francisco Villa y Emiliano Zapata.

Los militares y políticos sonorenses que se mantuvieron como aliados de Carranza, entre estos Álvaro Obregón, Plutarco Elías Calles y Adolfo de la Huerta, se enfrascaron entonces en una lucha armada y propagandística contra el convencionista Maytorena, a través de los periódicos que crearon o apoyaron. El gobernador Maytorena utilizó, por su lado, los diarios bajo su control en Hermosillo *La Voz de Sonora*; en Guaymas *El Correo de Sonora*; y en la población de Cananea *La Lucha*, *El Gato*, *La Voz de Cananea* y *La Verdad*; mientras que Elías Calles usó las publicaciones de *La Libertad* en Hermosillo y *Justicia* de Cananea.

El periodista Modesto Carrasco, del diario *La Libertad*, vinculado a la facción constitucionalista que encabezó Plutarco Elías Calles en Sonora, escribió “asumí la regencia de la imprenta donde se editaba el periódico *La Libertad*, dirigido [sic] por el señor ingeniero Manuel Ortigoza, fundado dicho periódico expresamente para abrir una formal campaña en contra de la traición maytorenista” (AGES, tomo 3066, primera parte). Por su parte, José María Maytorena, que encabezaba en Sonora a sus seguidores llamados ‘maytorenistas’ o convencionistas, planteó que Álvaro Obregón y sus “secuaces”, entre ellos Elías Calles, “sostenían un periódico procaz llamado *La Libertad*, que no tenía otro objeto manifiesto que el de zaherirme y aun calumniarme con la esperanza de ganarse a la opinión pública” (Maytorena, 1919:35). Lo que no aclaró Maytorena fue que él también subvencionaba a los otros periódicos, citados en este texto, para atacar a sus adversarios Álvaro Obregón y Plutarco Elías Calles.

2.4 Las subvenciones de los diarios sonorenses

Mientras que la facción constitucionalista derrotó política y militarmente a la facción convencionista a nivel nacional, los constitucionalistas sonorenses Plutarco Elías Calles y Adolfo de la Huerta vencieron en Sonora al gobernador convencionista José María Maytorena y comenzaron a decomisar las imprentas de periódicos que estuvieron subvencionadas por Maytorena y desterraron a los periodistas que lo defendieron.

Con las imprentas incautadas a los simpatizantes de Maytorena, el nuevo gobernador provisional de Sonora, el constitucionalista Adolfo de la Huerta, decidió en 1916 crear cuatro diarios con recursos públicos de su gobierno en las

principales ciudades del estado, incluyendo Hermosillo, su capital, así como Guaymas, Cananea, Nogales y un bisemanario en Ures. La mayoría de los periodistas que dirigieron los mencionados periódicos fueron contratados en la capital del país y traídos a la región con el propósito de hacer “propaganda” en favor del gobierno y también para “desarrollar en las clases populares el hábito de la lectura” (Huerta, 1917:7).

Sin embargo, la lucha armada había afectado las actividades productivas del estado, no tanto de las grandes corporaciones extranjeras que operaban en Sonora, sino de los ganaderos, comerciantes y pequeños industriales y la economía se encontraba en crisis, lo que repercutió en las recaudaciones y raquíticas finanzas del gobierno sonorenses. Esa situación precaria provocó la rápida clausura de los periódicos constitucionalistas y la eventual venta de sus imprentas a particulares, con excepción del diario *Orientación* de Hermosillo.

El gobernador Adolfo de la Huerta había fallado en su afán de crear y mantener periódicos de la facción constitucionalista en las principales ciudades de Sonora, por lo que tuvo que conformarse con la salvación y el sólo funcionamiento de *Orientación*. Su gobierno lo subvencionó económicamente y lo subordinó a sus dictados⁶⁶. Las relaciones de subordinación que estableció el gobierno estatal sobre el mencionado diario impreso reflejaron en forma nítida las características propias de la *prensa orgánica polarizada* desarrollada desde el poder político en contra de los grupos adversarios.

⁶⁶ El diario *Orientación* obtenía sus ingresos básicamente de dos fuentes: la subvención del gobierno y los ingresos propios. Por ejemplo, del 01 de septiembre de 1916 al 10 de mayo de 1917 fue subvencionado con 36 mil 490 pesos y consiguió por la vía de ingresos propios 19 mil 695 pesos, según la auditoría ejecutada en ese lapso (AGES, tomo 3110).

El diario *Orientación* fue fundado el 24 de octubre de 1916, por parte del gobernador De la Huerta. Era un periódico de tamaño estándar o tradicional, constaba de cuatro páginas, que incluía los géneros periodísticos informativos y de opinión, tenía poca publicidad y fotografías que ilustraban algunas noticias. El lema que ostentó en su primera plana fue “Diario constitucionalista independiente, político e informativo”. Su tiraje fluctuó en ese lapso de mil 800 a mil 300 ejemplares diarios.

El periódico *Orientación* y la imprenta donde se editaba eran propiedad del gobierno de Sonora, aunque sus directivos pretendían ocultarlo e intentaban darle una imagen de prensa “independiente”, lo cual carecía de fundamento porque siempre fue vocero semioficial o prensa *facciosa* de defensa del grupo gobernante constitucionalista⁶⁷.

Los distintos directores del periódico fueron periodistas contratados por su marcado perfil de afiliación a la facción constitucionalista, que fue la triunfante durante la revolución mexicana, entre los cuales se enumeran en el orden sucesorio del cargo: Froylan C. Manjarrez, Carlos Ramírez (interino), Agustín Haro y Tamariz, José S. Healy y Clodoveo Valenzuela. Estos directivos desarrollaron su actividad periodística en torno al constitucionalismo, que los cobijó, financió y controló en el desempeño de su labor para que defendieran a dicha facción

⁶⁷ El primer director de *Orientación*, Froylán C. Manjarrez, publicó en su primera plana, el día de su fundación y presentación el 24 de octubre de 1916, que el mencionado periódico era de “una sociedad cooperativa” y lo calificaba como “prensa independiente”, lo cual careció de sustento, conforme a la información recopilada en los documentos consultados en el Archivo General del Estado de Sonora (AGES). La propiedad de la imprenta en la que se editó *Orientación*, fue la misma del gobierno estatal en la que se publicara el periódico constitucionalista *Reforma Social*, que precisamente cambió sólo de nombre en su cabecera (AGES tomo 3066, primera parte). También el gobernador Adolfo de la Huerta admitió públicamente en su Informe de labores que *Orientación* y otros tres periódicos más eran propiedad del gobierno estatal (Huerta, 1917:7).

política. El perfil del periodista constitucionalista en Sonora tenía como características ser joven, de clase media, profesionistas algunos, como ingenieros o profesores, carecían de propiedades como fincas o bien de una vivienda propia, un buen porcentaje había nacido fuera del Estado y donde habían obtenido experiencia en el periodismo, además de haber estado vinculado a la facción maderista o bien a la carrancista (González, 2001a:72-77).

La injerencia directa del gobernador Adolfo de la Huerta en el funcionamiento de los periódicos que financió desde el gobierno era tal, que ordenaba desde la ampliación de su circulación, el aumento de las tarifas de publicidad, la contratación de determinados periodistas o la inclusión de textos de articulistas afines. Por ejemplo, el 21 de mayo de 1917, a través de un telegrama ordenó:

Creo muy aprovechable colaboración del Sr. Estrella en *Orientación*, en lugar de los reporteros inútiles que actualmente tiene este periódico. Sírvase entrevistar al señor Haro y Tamariz arreglando con él sueldo razonable, tomando en consideración que Estrella es casado y tiene familia a quien sostener (AGES, tomo 3110).

En otro telegrama, el mandatario estatal ordenó que el mencionado director del diario *Orientación*, Agustín Haro y Tamariz incluyera determinados artículos de opinión:

El C. Gobernador del Estado ha tenido a bien disponer se diga a usted, como por el presente tengo el gusto de hacerlo, que en lo sucesivo publique en ese diario que es a su digno cargo, todos los artículos que para el objeto remita a esa Dirección el Sr. Ing. Luis L. León, sin poner ningunas dificultades, toda vez que dichos artículos van de acuerdo con las ideas que tiene este gobierno (AGES, tomo 3138).

La fundación de periódicos constitucionalistas tenía sus costos económicos para el gobierno de Sonora, generalmente de pérdidas considerables de recursos

financieros, tomando en cuenta el contexto de crisis económica prevaleciente en dicho lapso. En cuanto al manejo administrativo y financiero de *Orientación*, en una auditoría que le practicaron, fue detectada una “pérdida aparente” de 67 mil 532 pesos infalsificables y 19 mil 639 pesos en plata, en tan sólo ocho meses de su funcionamiento, comprendido del 1 de septiembre de 1916 al 10 de mayo de 1917. Dicha cifra de números rojos fue el resultado de la auditoría ejecutada al citado periódico, por parte de la Tesorería del Gobierno de Sonora. En su informe dirigido a esa instancia oficial, el auditor responsable Luis Aguilar escribió:

Por lo que ha podido ver el suscrito, no ha habido, en su concepto, mala versación de fondos; lo que ha habido es poca experiencia y ninguna economía en el manejo del negocio, factores estos indispensables para que toda clase de negocio dé utilidades y especialmente el periódico *Orientación* que es más bien publicación de propaganda constitucionalista y democrática que de un fin lucrativo (AGES, tomo 3108).

Dicho auditor fue certero en su reporte sobre el balance de la administración y la función de *Orientación*, es decir, no se podía hablar enteramente de “pérdida aparente” económica del referido diario, porque no era una empresa con “fin lucrativo”, sino más bien una “publicación de propaganda constitucionalista”.

Figura No. 9
El diario *Orientación* de Hermosillo



Imagen propia *Orientación* 30/12/1916:1
Archivo General del Estado de Sonora (AGES)

2.5 La génesis y evolución del empresario periodístico José S. Healy

José Santiago Healy Brennan fue uno de los directores del diario *Orientación* de Hermosillo y se ajusta al perfil del periodista orgánico perteneciente a la facción constitucionalista de la revolución en Sonora⁶⁸. Era joven, de alrededor de 22 años de edad, de clase media, carecía de propiedades y, aunque no tenía una

⁶⁸ En este apartado se describe al detalle y se analiza el origen y evolución de José Healy Brennan, quien fue un actor en el desarrollo de la prensa contemporánea de Sonora, proceso en el que fue protagonista y fue influido por determinadas condiciones sociales, políticas, económicas e históricas. El propósito de dicho análisis consiste en comprender y explicar la evolución que tuvo inicialmente, a partir de la segunda década de los años veinte del siglo XX, como periodista en la *prensa polarizada* sonorenses, con el desempeño de una función de tipo faccioso, la cual se fue extinguiendo en forma paulatina al convertirse en dueño, en la década de los cuarenta de ese mismo siglo, de una empresa editora de periódicos en Sonora y que aún funciona en la actualidad.

José Healy comenzó en 1916 como director del periódico *La Montaña* de la población de Cananea, Sonora, y al siguiente año fue director del diario *Orientación* de Hermosillo, en los cuales tuvo una función facciosa que iría abandonando con la adquisición en 1942 del medio impreso local *El Imparcial*. La fase de la juventud de Healy se analiza en el capítulo II del presente trabajo, en tanto que su segunda etapa como empresario de la prensa se aborda en el siguiente capítulo III de esta tesis doctoral, que tiene como estudio de caso al diario *El Imparcial*. A partir de 1955 Healy creó una empresa editora como sociedad anónima para comprar una imprenta y edificio propio, crear otro diario llamado *El Regional* en Hermosillo y adquirir el periódico *El Informador del Mayo* localizado en la ciudad de Navojoa, la cual heredó a su hijo José Alberto Healy Noriega y luego, éste, a los nietos del fundador, convirtiéndose en una familia de tres generaciones en la prensa sonorenses. En la actualidad dicha familia posee, además de *El Imparcial*, el tabloide local "La I", mientras que en el vecino Estado de Baja California, también son de su propiedad los diarios *Frontera* y *La Crónica*, ubicados en las ciudades fronterizas de Tijuana y Mexicali, respectivamente.

profesión, había obtenido alguna experiencia como reportero en el diario *El Pueblo* de Veracruz y también en *El Pueblo* de la ciudad de México. Además estaba soltero, comprendía el idioma inglés y fue traído a Sonora, procedente de la capital mexicana, por instrucciones del gobernador Adolfo de la Huerta, junto con su amigo Carlos Genda y otros colegas para fundar y dirigir cuatro diarios constitucionalistas en el Estado.

Healy Brennan incursionó como nuevo actor en el desarrollo de la prensa regional, con el desempeño de una función como periodista y directivo de un medio impreso de la denominada *prensa polarizada* de Sonora, como lo fue primeramente en su desempeño fugaz en el diario hermosillense *Reforma Social*, luego en *La Montaña* de la población de Cananea y, posteriormente, director de *Orientación* de 1917 a 1919 en Hermosillo.

José Healy era hijo de una familia irlandesa inmigrante de final del siglo XIX, integrada por sus padres Santiago Healy y Elisa Brennan de Healy, matrimonio que vino a América en 1882 en busca de mejores condiciones de vida. La pareja primero llegó en 1882 a Boston, Estados Unidos, de donde se fue a vivir al sureño Estado de Texas y donde nacieron sus primeros hijos Elisa y Daniel. Posteriormente, trasladaron su residencia a la ciudad de Monterrey, ubicado en el norte de México. En dicha ciudad mexicana nacieron sus otros tres hijos Nicolás, Patricio y José Santiago Healy Brennan⁶⁹, este último el 16 de diciembre de 1895.

⁶⁹ La semblanza de José S. Healy Brennan tiene como fuentes el Archivo General del Estado de Sonora (AGES); la obra de Jorge Murillo (2014), *Healy. Una historia de periodismo*; el diario *El Imparcial* archivado en la Hemeroteca de la Universidad de Sonora; la tesis *Proceso de modernización del diario El Imparcial de Hermosillo, Sonora de 1991 a 1996* de José Santiago Healy (1997); la columna de José Alberto Healy Noriega, *Intrascendencias*, publicada en el diario *El Imparcial* el 19 de marzo de 1987; la edición del periódico *El Pueblo* del 8 de octubre de 1968; la ponencia titulada “Healy: historia de un periodista”,

La familia entera decidió entonces trasladarse en 1903 a la ciudad de México, residiendo primero en una vivienda de la calle de la Canoa y luego en una vecindad de la calle Leandro Valle, en el centro de la capital del país, localizada frente al templo de Santo Domingo. El padre de José Healy, Santiago Healy, tenía barba roja, gran corpulencia y había sido profesor de matemáticas y de idiomas en la Universidad de Dublin. Con esa experiencia decidió colocar en la puerta de su casa un letrero metálico de bronce con la siguiente leyenda “Santiago Healy. Traducciones inglés-español”, con el propósito de obtener ingresos por ese servicio.

El hijo José Santiago Healy Brennan recibió la instrucción primaria en la institución Hogar de Niños Trabajadores y en la Escuela Elemental No. 51 de la ciudad de México⁷⁰. Sin embargo, la familia tenía necesidades económicas y requería de mayores ingresos para sobrevivir, por lo que sus dos hijos adolescentes, Patricio⁷¹ y José Healy, se vieron orillados a incursionar en el periodismo en 1909 en el diario *El Combate*, de filiación maderista, con sede en la ciudad de México. De la capital se fue a trabajar en 1914 como reportero en el periódico constitucionalista *El Pueblo*, que se editaba en el Estado de Veracruz, donde estaba instalado el gobierno de Venustiano Carranza. Luego de participar en una huelga en dicho periódico se quedó desempleado y decidió enrolarse como soldado del ejército

presentada por Murillo (2007); y la tesis de maestría de González (2001a) presentada en El Colegio de Sonora.

⁷⁰ José Healy relató, en forma retrospectiva en sus memorias, sobre la educación escolar recibida: “el limitado saber que pudieron haberme inculcado esas cuantas escuelas, aparte de la que dirigía mi papá en Monterrey, en la que aprendí las primeras letras, es el total de la cultura que obtuve de las disciplinas escolásticas en mi niñez y juventud” (Murillo, 2007:1).

⁷¹ Después de que Porfirio Díaz abandonara el poder, el hermano de José Healy, Patricio, laboró en el año 1913 en *El Imparcial* de la ciudad de México, posteriormente en *El Liberal*, *El Radical* y *El Pueblo*, también con sede en la ciudad de México, estos tres últimos de filiación carrancista, la facción político militar triunfante durante la revolución mexicana.

constitucionalista, aunque no participó en combates importantes, sólo algunas escaramuzas y balaceras sin mayor peligro. Después de solicitar su baja como soldado en territorio veracruzano, regresó a la ciudad de México e ingresó al diario *El Pueblo* que se publicaba en esa urbe capitalina.

Cuando el político Adolfo de la Huerta invitó a un grupo de jóvenes periodistas que residían en la capital, entre ellos a José Healy, a que lo acompañara a territorio sonorense, Healy no lo pensó dos veces. Al respecto, hizo este relato retrospectivo:

Él acababa de ser designado Gobernador de Sonora por don Venustiano [Carranza, jefe constitucionalista] y, según nos dijo, deseaba contar con un grupo de jóvenes periodistas revolucionarios que publicaran dos o tres periódicos, en ciudades estratégicas de la entidad. Por supuesto, se trataba de publicaciones doctrinarias y por cuenta del Gobierno, ya que en aquellos tiempos no era concebible que un periódico se sostuviera sin ayuda económica de alguna fuente (Murillo, 2014:68).

Luego de su arribo a Hermosillo, el 8 de agosto de 1916, Healy Brennan y su amigo Carlos Genda se incorporaron de inmediato como jefe de redacción y administrador, respectivamente, del periódico local constitucionalista *Reforma Social*, que dirigía Froylán C. Manjarrez. A las pocas semanas, Healy y Genda partieron con rumbo a la población minera de Cananea para fundar y dirigir el diario *La Montaña*, periódico que quedó instalado el 4 de octubre de 1916 (AGES, tomo 3061).

El gobernador Adolfo de la Huerta intervino algunas ocasiones en el funcionamiento interno de *La Montaña*, al igual que en los otros tres diarios que también había creado en Sonora, porque le urgía que registrara mayores ingresos económicos, ya que representaba una sangría constante para las escasas

finanzas del Estado. En ese sentido, de la Huerta dirigió un telegrama a Healy Brennan para que procurara aumentar la circulación del diario “con objeto de que sus ingresos sean mayores, haciéndolo llegar a los centros de más actividad del Estado y a los del extranjero”, además de que aumentara la tarifa de la publicidad “a fin de mejorar los ingresos”⁷² (AGES, tomo 3108).

Pese a que los ingresos de los periódicos no mejoraban, de la Huerta los mantuvo en funcionamiento hasta el siguiente año, después de que se realizaron las elecciones de 1917 para el puesto de gobernador de Sonora, proceso electoral en el cual tales periódicos fueron utilizados como órganos de propaganda de la facción constitucionalista, uno de cuyos líderes locales, Plutarco Elías Calles, resultó triunfador en dichos comicios⁷³.

⁷² La descripción y análisis de la actuación privada de los periódicos que dirigió el periodista José Healy, como la relación de oficios internos o disposiciones ordenadas por el gobierno de Sonora sobre el manejo de los periódicos bajo su dirección -documentación a la que se accedió mediante su consulta minuciosa en el Archivo General del Estado de Sonora (AGES)-, obedece al propósito de comprender y explicar cómo la actuación privada repercutió directamente en las actuaciones públicas de dichos medios impresos, particularmente de *Orientación*, representativo del diario subvencionado desde el poder constitucionalista sonorenses para determinar y guiar la agenda editorial de tales periódicos, en favor de los intereses de esa facción triunfante en la revolución mexicana. Al respecto, Héctor Borrat (1989:11) distingue dos tipos de actuaciones del periódico como actor político: las actuaciones públicas y las actuaciones privadas. Las actuaciones públicas del diario son factibles de conocerse mediante la lectura de los temarios publicados en sus páginas, ya sean noticias, artículos de opinión y publicidad. Para estudiar esas actuaciones públicas del periódico ya existen metodologías como el análisis de contenido o análisis del discurso. En cambio, las actuaciones privadas corresponden a las acciones del periódico que no están encaminadas a hacerse explícitas en sus páginas y al público en general. Borrat señala que las actuaciones privadas del periódico son susceptibles de ser conocidas por inferencia a partir de sus actuaciones públicas, de una “manera parcial y tentativa, aun cuando el periódico no dé cuenta de ellas o quiera mantenerlas en el secreto”. En el caso de la actuación privada de *Orientación*, la fuente primaria nuestra fue la documentación interna que se intercambiaron José Healy y el gobernador de Sonora y sus representantes, archivada en el AGES, y que no fue pública en ese periodo descrito. Incluso, algunos telegramas emitidos en su época por el gobernador estaban cifrados con claves secretas, para evitar que su contenido fuera conocido por gente ajena, aunque el autor de esta tesis doctoral no detectó alguno específico que tratara -en forma cifrada- en torno al manejo de la prensa.

⁷³ El 29 de junio de 1917 Plutarco Elías Calles tomó posesión como gobernador constitucional de Sonora, pero pocos días después, el 13 de julio, solicitó una licencia al cargo y fue sustituido en forma interina por Adolfo de la Huerta, porque lo había llamado a la ciudad de México el presidente Venustiano Carranza. A su retorno el 18 de julio de ese mismo año se reincorporó a su puesto y el día 30, del mismo mes, pidió de nuevo otra licencia y fue designado como sustituto el diputado Cesáreo G. Soriano. Esto se menciona porque en ese periodo se intercalaron varias veces en el cargo de gobernador tanto Elías Calles, como Adolfo de la Huerta y

En cuanto asumió su cargo como gobernador, Elías Calles ordenó la clausura de *La Montaña* el 13 de julio de 1917 y encomendó a José Healy que se trasladara a la ciudad de Hermosillo para dirigir el periódico local *Orientación*. Al poco tiempo, Elías Calles solicitó una licencia al puesto de gobernador constitucional y fue reemplazado de nuevo, en forma interina, por Adolfo de la Huerta, quien le escribió un telegrama a Healy para que “una vez que terminen inventarios que ordénosle General Calles, sírvase trasladarse a ésta para nuevos arreglos con el periódico *Orientación*” (AGES, tomo 3193). Posteriormente, Healy escribió un telegrama al gobernador informándole que había asumido la dirección de dicho periódico:

Hónrome participar a usted hice cargo *Orientación*. Suplícole ordenar situación telegráfica 50 dólares a Sr. Carlos Genda en Cananea, objeto liquidar cuentas pendientes y pueda venir a esta [ciudad de Hermosillo] (AGES, tomo 3193).

El gobernador también comisionó a Healy, el 16 de octubre de 1917, para que gestionara la clausura del periódico constitucionalista *La Razón* de Guaymas, cuya imprenta fue valuada y privatizada el 2 de noviembre de ese mismo año mediante la firma de un contrato de compra-venta, entre el gobierno de Sonora y el periodista Manuel Escobar (González, 2001b:35). Con la experiencia obtenida como valuador de las imprentas, que fueron sometidas a un proceso de privatización por parte del gobierno de Sonora, así como por el trato cercano establecido con de la Huerta y otros actores políticos sonorenses, Healy se propuso adquirir el periódico *Orientación* de Hermosillo.

Cesáreo G. Soriano, precisamente cuando se adoptaron acuerdos importantes relacionados con el funcionamiento y clausura de los periódicos constitucionalistas, que se habían creado desde 1916, en territorio sonorense.

Healy y sus socios, Carlos Genda y Alonso Echavarría, formaron una empresa para comprar *Orientación*, luego de que el gobierno de Sonora había decidido vender a particulares las imprentas de los diarios que había creado recientemente. El proceso formal inició cuando Carlos Genda presentó por escrito la siguiente propuesta de compra-venta de dicho diario ante el gobernador interino:

Me permito atentamente en nombre de los señores José S. Healy, Alonso B. Echavarría y en el mío propio, bajo la denominación de Sociedad Publicista de Sonora, proponer a usted la adquisición con el carácter de compra, de los elementos indispensables para continuar la publicación de *Orientación* (AGES, tomo 3290).

Después de que se realizara un avalúo oficial sobre la maquinaria, el gobernador interino Cesáreo G. Soriano estuvo de acuerdo en venderla a los periodistas a un precio de 3 mil 631 pesos, firmándose el contrato respectivo de compra-venta el 28 de marzo de 1918⁷⁴. La empresa editora de dicho periódico comenzó a funcionar con sus tres socios integrados, quienes impulsaron su desarrollo periodístico y financiero, teniendo como director a José Healy. La citada empresa requería cada vez más ingresos para mantener su operación y sobrevivir, por lo cual Healy aceptó el 23 de septiembre de 1918, que el gobernador de Sonora lo ayudara económicamente:

El Ejecutivo del Estado, en acuerdo de hoy, ha tenido a bien disponer: que, a contar del mes de agosto último y hasta nueva orden, sea puesta mensualmente, a disposición del señor José S. Healy, director del diario

⁷⁴ El inventario de la maquinaria y otros bienes de *Orientación* incluían, al 24 de octubre de 1917, un linotipo, una prensa chica, una prensa marca Potter de cinco ramas, cajas de tipografía de diversos puntos, sillas, mesas, escritorios, galeras, estantes y chibaletes con valor aproximado a los cuatro mil dólares (AGES, tomo 3290). El director de la Imprenta y del órgano *Boletín Oficial* del gobierno de Sonora, Arturo M. Escandón, describió el 24 de octubre del mismo año, en un oficio dirigido al gobernador, las condiciones en las que operaba el taller a su cargo y el diario *Orientación*. Los talleres de su dependencia se encontraban instalados “en el corredor interior del edificio que tiene por rótulo ‘*Orientación*’”, mientras que “los talleres de *Orientación* tienen franca comunicación con los de la imprenta del Gobierno y algunos materiales de esta última son usados en aquella, como usted podrá ver en el inventario adjunto, hecho que viene a trastornar y perjudicar grandemente los trabajos” (AGES, tomo 3193).

Orientación, con cargo a la partida número 119 sección XV del presupuesto de Egresos vigente, la cantidad de Dls. 250.00 doscientos cincuenta dólares, como ayuda que el gobierno concede a dicho periódico (AGES, tomo 3193).

Orientación tenía una estructura económica y administrativa similar a la de cualquier otra empresa informativa, pero primordialmente desarrollaba una función de propaganda. Era una prensa facciosa porque, al recibir subvención gubernamental, era controlada económica y editorialmente por el grupo político gobernante constitucionalista, que lo utilizaba para la defensa de sus intereses y el combate contra los grupos adversarios o enemigos, principalmente en coyunturas electorales, como las correspondientes a los años de 1917 y particularmente de 1919.

Otro factor que contribuyó además a esa función facciosa de *Orientación*, en los comicios de 1919, lo representó el hecho de que su director, José Healy, participó ese mismo año, junto con los generales Francisco R. Serrano y Jesús M. Garza, entre otros, en la conformación del Partido Revolucionario Sonorense, el cual impulsó a uno de los candidatos a gobernador de Sonora, en este caso a Adolfo de la Huerta (Rivera, 1969:494).

Durante la campaña político-electoral de 1919 para renovar el gobierno de Sonora, *Orientación* funcionó como prensa orgánica facciosa, ya que durante ese proceso desplegó un apoyo abierto y decidido en sus páginas en favor de Adolfo de la Huerta, mientras que se mofó de sus contrincantes Ignacio L. Pesqueira y Conrado Gaxiola, calificándolos como “reaccionarios”. El día de la emisión del

voto, el 27 de abril de 1919, *Orientación* conminó en su titular principal de la primera plana “votad por Adolfo de la Huerta para gobernador del Estado”⁷⁵.

Sin embargo, *Orientación* no sólo actuaba como prensa facciosa o polarizada en coyunturas electorales, sino que también criticaba acremente a otros actores políticos contrarios a la facción constitucionalista, como los caudillos Emiliano Zapata, Francisco Villa y los indígenas yaquis, entre otros. Por ejemplo, *Orientación*⁷⁶ tituló su noticia principal el 13 de abril de 1919 “Un criminal menos: Emiliano Zapata ha muerto”, después de que el mencionado jefe revolucionario fue traicionado, emboscado y asesinado por órdenes del general Pablo González, colaborador cercano del presidente Venustiano Carranza (*Orientación*, 13/04/1919).

Aunada a las subvenciones que el gobierno había otorgado con anterioridad a *Orientación*, en el mes de septiembre de 1919 también cubrió los sueldos de los empleados de ese periódico por una suma de 544 pesos oro nacional, así como otros 480 pesos oro nacional por concepto de sueldo del administrador de ese diario correspondiente a los meses de agosto y septiembre, Alonso B. Echavarría (AGES, tomos 3280 y 3284).

Las finanzas del periódico no eran favorables y cada vez resultaba más difícil sobrevivir, debido a que en ese lapso *Orientación* tenía acumulada una deuda de

⁷⁵ “Esta edición parecía en realidad un número especial para desprestigiar a Gaxiola y Pesqueira editando biografías sobre su trayectoria política y social en un sentido negativo” (Marcos, 2009:406). Dicho periódico también atacó en forma previa a los mencionados candidatos adversarios, por ejemplo, el 18 de abril de ese mismo año publicó que Gaxiola “si tenía los sesos, los traía en los pies” y, en el caso del general Pesqueira, que sus “galones huelen a perfumes galantes en vez de pólvora” (Marcos, 2009:406).

⁷⁶ Dicho periódico, también bajo la dirección de José Healy, había publicado en su principal noticia de la primera plana “La tribu yaqui desaparecerá de Sonora” y en el cuerpo de la información señaló “una medida extrema pero necesaria para el adelanto y progreso del Estado y tranquilidad de sus habitantes” (*Orientación*, 25/10/1917).

seis mil 160 pesos oro nacional, lo que representaba casi el doble con respecto al precio pactado en el contrato de compra-venta entre el gobierno y Healy y sus socios (AGES, tomo 3423).

Pese a los recientes apoyos económicos recibidos de parte del gobierno de Sonora, José Healy y sus socios no pudieron retener la propiedad de la maquinaria y del diario *Orientación*, ya que de la Huerta decidió rescindir el 7 de octubre de 1919 el contrato de compra-venta que habían suscrito ambas partes⁷⁷.

El Ejecutivo de mi cargo, en acuerdo de hoy, y en virtud de la falta de cumplimiento con lo que expresa la cláusula tercera del contrato celebrado entre ustedes y el gobierno del Estado [...] ha tenido a bien rescindir el contrato de referencia, y por lo mismo, se servirán ustedes hacer entrega de acuerdo al mismo inventario, al C. Clodoveo Valenzuela, comisionado por este Gobierno, para el efecto (AGES, tomo 3290).

El contrato de compra-venta establecía la entrega de tres pagos que cubrieran un monto total acumulado de tres mil 631 pesos oro nacional, mientras que Healy y sus socios sólo alcanzaron a realizar dos pagos por una cantidad de 600 pesos oro nacional. En la misma fecha en que se rescindió el citado contrato, de la Huerta emitió el 7 de octubre de 1919 un acuerdo mediante el cual comisionó a Clodoveo Valenzuela para que recibiera, de parte de Healy, la imprenta, enseres, muebles y útiles del diario *Orientación* (AGES, tomos 3280 y 3284).

Al siguiente año, el 23 abril de 1920, José S. Healy, quien era empleado del gobierno, se unió al movimiento sonoreense, encabezado por el gobernador de la Huerta y Plutarco Elías Calles, que desconoció como presidente de la república a

⁷⁷ En forma previa, el 3 de octubre de ese mismo año, el gobernador le había dado instrucciones al periodista José Healy para que recibiera y dirigiera formalmente los talleres de Artes Gráficas “Cruz Gálvez” que, a su vez, estaban bajo el cuidado de Clodoveo Valenzuela (AGES, tomo 3290). Es decir, el mandatario sólo realizó un enroque al quitarle *Orientación* a Healy y entregárselo a Clodoveo Valenzuela, pero sin dejar desempleado al primero al designarlo como director de los Talleres Gráficos de la Escuela Cruz Gálvez, propiedad del gobierno de Sonora.

Venustiano Carranza, mediante la firma del llamado *Plan de Agua Prieta*, que fue lanzado en la ciudad fronteriza sonorense que lleva ese nombre (Sandomingo, 1951:214).

Antes de firmar ese documento, Healy ya había sido designado secretario del Centro de Información y Propaganda, el cual fue creado por el gobernador de la Huerta para informar a los periódicos de la época sobre las actividades de la lucha armada y política, que emprenderían los sublevados⁷⁸ (González, 2001a:155).

El periódico *Orientación*, ahora dirigido por Clodoveo Valenzuela, fue usado como vocero oficial del movimiento que suscribió el *Plan de Agua Prieta* para desconocer y combatir al presidente mexicano Venustiano Carranza. Hubo generales que se enteraron a través de la lectura de *Orientación* sobre esa lucha armada y se adhirieron a ella, según cables telegráficos que recibió el general Plutarco Elías Calles. Uno de esos mensajes fue el telegrama del 28 de abril de 1920:

Habiendo llegado a nuestro conocimiento por periódico *Orientación*, Plan de Agua Prieta y encontrándolo entraña justicia y condensa aspiración nacional, los suscritos nos adherimos a él. Firmado por el general M.P. Muñoz y otros oficiales bajo su mando (AGES, tomo 3379).

La sublevación logró, en menos de un mes, su objetivo de derrocar a Carranza, quien finalmente también fue asesinado el 21 de mayo de 1920 cuando se trasladaba desde la Ciudad de México hacia el puerto de Veracruz. Entonces, el gobernador Adolfo de la Huerta se dirigió a la capital del país, donde fue

⁷⁸ Como parte de esa estrategia de sublevación, el gobierno de Sonora había creado el 20 de abril de 1920 el Departamento de Información y Propaganda para: proporcionar a la prensa y al pueblo por conducto de sus autoridades, toda la información de interés relacionada con la situación actual y, al mismo tiempo, llevar a cabo la propaganda en pro de la causa que persigue el estado, de la manera más intensa posible (Historia General de Sonora, tomo IV, 1997:318-319).

designado presidente interino de México el 24 de mayo de 1920, cargo que desempeñó mientras se realizaban las elecciones presidenciales, en las que resultó ganador el sonoreense Álvaro Obregón y quien asumió la presidencia el 1 de diciembre de ese mismo año. El triunvirato sonoreense compuesto por Álvaro Obregón, Plutarco Elías Calles y Adolfo de la Huerta entonces emergió como la nueva hegemonía nacional en el sistema político mexicano.

Con la experiencia acumulada sobre el control y subvención de la prensa en Sonora, así como la incautación de imprentas y cierre de periódicos de sus enemigos o adversarios, el presidente interino de México, el sonoreense Adolfo de la Huerta, colocó al periodista vinculado a su facción, Froylán Manjarrez, en la dirección del diario *El Demócrata* de la capital del país. Antes de que Venustiano Carranza fuera derrocado y asesinado, dicho mandatario mexicano subvencionaba al citado periódico para que defendiera al carrancismo y atacara a sus enemigos. El nuevo director de *El Demócrata*, Froylán Manjarrez, quien era conocido con el mote de “El Chato” entre sus amigos periodistas, había sido director del diario *Orientación* de Hermosillo, Sonora, y también había desempeñado el puesto como secretario particular de Adolfo de la Huerta, cuando este último fungió como gobernador de dicho Estado sonoreense. De ahora en adelante, *El Demócrata* sería el vocero y defensor del nuevo grupo sonoreense gobernante⁷⁹.

⁷⁹ En un telegrama fechado y firmado el 26 de junio de 1920 en la ciudad de México, Froylán Manjarrez, le escribió al gobernador sustituto de Adolfo de la Huerta, Flavio A. Bórquez, este último se encontraba en Hermosillo: “Pongo a disposición [de su] Gobierno [de] nuestro querido Sonora [las] columnas [de] *El Demócrata* que encuéntrase bajo mi dirección” (AGES, tomo 3471).

José Healy, quien había laborado como jefe de redacción del diario *Reforma Social*, bajo las órdenes de Froylán Manjarrez cuando ambos habían llegado a Hermosillo en el año de 1916, no fue requerido en la ciudad de México ni por Manjarrez ni por el presidente Adolfo de la Huerta, por lo cual continuó residiendo en Sonora.

Healy editó en 1920 la publicación anual el *Directorio Comercial del Estado de Sonora* y fundó la empresa Editora de Sonora S.A.⁸⁰, junto con Carlos Genda y Fernando R. Pesqueira, para publicar en 1921 el diario *El Sol* en Hermosillo, convirtiéndose de nuevo en director y socio empresario. Empero, dejó de editar dicho periódico el 10 de diciembre de 1924⁸¹, cuando el presidente de la república, Plutarco Elías Calles, emitió un acuerdo para que fuera incautado *El Sol*, motivo por el cual pasaría a ser administrado por el Gobierno de Sonora⁸²:

Al Sr. Director de 'El Sol': Por acuerdo del Ejecutivo de la Unión [Presidencia de la República], sírvase usted poner a disposición de este Gobierno, por conducto del comisionado nombrado al efecto, la imprenta, maquinaria y demás implementos que hasta la fecha ha tenido a su cargo esa Compañía Editora. Hermosillo, Sonora, diciembre 10 de 1923. El Gobernador del Estado [firma ilegible]. El secretario interino de Gobierno. (AGES, tomo 3560).

⁸⁰ La empresa se constituyó con un importe de 135 acciones nominativas de 50 pesos cada una, siendo suscritas en partes iguales por los tres socios mencionados. Las instalaciones del periódico se localizaron por la calle Tampico No. 40, con apartado postal 118 de Hermosillo (AGES, tomo 3560).

⁸¹ El periodista José Healy al parecer no tuvo oportunidad de recoger las pertenencias personales que tenía en una habitación en el edificio donde se editaba *El Sol*, cuando tuvo que marcharse al extranjero, entre las cuales figuraron una pistola escuadra, cuatro pares de zapatos y la misma cantidad de sombreros de paja, un par de polainas de cuero, dos petaquillas con retratos, dos abanicos chicos, un catre de lona con dos cuiltas, cinco sellos masónicos y documentación masónica, entre otros materiales, según el inventario realizado el 17 de diciembre de 1923 y entregado a Saturnino Campoy, secretario de la logia masónica "Hermosillo No.19" (AGES, tomo 3560).

⁸² Dicho oficio sin número, con la firma autógrafa del Gobernador de Sonora, es una prueba histórica que documenta un acuerdo explícito proveniente de la Presidencia de México contra un periódico y su directivo, en este caso *El Sol* y su director y socio propietario José Healy, y que fue ejecutada directamente por el gobierno del Estado. Ese oficio fue emitido cuando tenía apenas unos días de haber asumido el cargo de presidente constitucional de México, Plutarco Elías Calles, a quien Adolfo de la Huerta y sus seguidores, entre ellos Healy, le habían declarado la guerra cuando ambos eran candidatos presidenciales, mientras que Álvaro Obregón se desempeñaba como presidente de la república.

Healy no se presentó en el acto de entrega de los mencionados talleres y las oficinas de *El Sol*, registrado el 10 de diciembre de 1923, participando en su lugar y ostentándose como director interino Jesús Icaza hijo. Recibió las instalaciones el comisionado oficial Antonio Rojo, quien firmó el acta de entrega-recepción, junto con Icaza y otra persona de nombre Tomás Balderrama. A los pocos días, el gobernador designó primeramente como director de *El Sol* a Gustavo G. Solano, quien fue sustituido el 16 de enero de 1924 por Alberto Macías (AGES, tomo 3560).

El motivo de la intervención de *El Sol* obedeció a que José Healy había sido partidario de la revuelta encabezada ese mismo año por el sonorese Adolfo de la Huerta en contra de su coterráneo y ex aliado político, el presidente de México, Álvaro Obregón, ya que este último decidió apoyar como su sucesor en el cargo al también sonorese Plutarco Elías Calles, desplazando a de la Huerta como aspirante a ese puesto (AGES, tomo 3560).

Al ser derrotada dicha sublevación, Adolfo de la Huerta y José Healy, entre otras personas que participaron en la llamada revuelta delahuertista, abandonaron el territorio mexicano, lo que representó una amarga experiencia para Healy, porque se vio forzado a un destierro en un entorno extranjero diferente al mexicano y, en particular, al sonorese.

José Healy había estado vinculado durante toda su incursión como periodista en Sonora, a la triunfante facción constitucionalista de la revolución mexicana y le había correspondido recibir los beneficios de ser miembro orgánico de dicho grupo hasta 1923. Empero, al año siguiente su suerte cambió cuando sufrió ese revés y las consecuencias negativas de haber sido derrotado como facción, luego de

secundar a Adolfo de la Huerta en sus planes fallidos de sublevación contra el presidente Obregón, por lo cual ambos tuvieron que trasladar su residencia a la urbe estadounidense de Los Ángeles, California.

En dicha ciudad californiana Healy fundó en 1924 el periódico editado en idioma español *El Eco de México*, cuyo lema era “El diario de los mexicanos en Estados Unidos”. Sus talleres y oficinas las instaló por la avenida New High St. Número 228, P.O. Box 684, teléfono Faber 0307, donde tuvo que gestionar los recursos financieros para su sobrevivencia empresarial.

En una carta fechada el 17 de julio de 1924, firmada por José Healy y dirigida al gobernador de Sonora, anunció que “dentro de breves días” empezaría a publicar en Los Ángeles el mencionado diario y que deseaba que el gobierno sonoreño se suscribiera a *El Eco de México*. La referida publicación constaría de 8 páginas y dedicaría su atención, de una manera preferente, a publicar información sobre la república mexicana, “así como a tratar, dentro de un criterio desapasionado, sereno e independiente, todos los problemas que con ese país se relacionan” (AGES, tomo 3710).

En ese lapso, José Healy tuvo que realizar un receso en sus actividades periodísticas cotidianas en Los Ángeles, para trasladarse a Nogales, Arizona, donde el 4 de septiembre de 1924 contrajo matrimonio con la hermosillense Laura Noriega Escalante⁸³. Pocos días después, el 30 de septiembre de ese mismo año, Healy y su socio Carlos Genda recibieron una buena noticia, relacionada con la

⁸³ La pareja instaló su hogar en Los Ángeles, donde nacieron sus hijos María Laura, José Alberto y Dolores Healy Noriega (*El Imparcial*, 08/01/2004).

devolución de la imprenta de *El Sol*, que anteriormente había sido intervenida por motivos políticos:

Por acuerdo del C. Gobernador [de Sonora] participo a ustedes que están a su disposición los talleres en que se editaba el diario *El Sol* en esta capital. Firma el secretario interino del Gobierno de Sonora (AGES, tomo 3560).

Durante la estancia de Healy en Estados Unidos también sufrió el encarcelamiento por nueve meses, a partir del verano de 1926, junto con algunos de sus compañeros en el exilio, bajo el cargo de conspiración en contra de un país extranjero, aunque fueron declarados inocentes y los dejaron en libertad (Murillo, 2014:110). Para el año de 1927, en el contexto nacional de la política mexicana, el sonorenses Álvaro Obregón decidió lanzarse de nuevo como candidato a la presidencia del país, empero en 1928 fue asesinado y el presidente de México Plutarco Elías Calles quedó como el “jefe máximo”, después de concluir su periodo constitucional (1924-1928).

Después de ocho años de su casamiento y haber procreado a sus pequeños hijos en Los Ángeles, José Healy retornó de su exilio el 26 de agosto de 1932 a Hermosillo, donde fue nombrado como nuevo director, por parte del gobernador Rodolfo Elías Calles, de los talleres gráficos de la Escuela Cruz Gálvez. A la vez que se desempeñaba como director de los mencionados talleres gráficos, Healy empezó a editar *El Tiempo*, diario que fue identificado como vocero del gobernador Rodolfo Elías. En el lapso de 1931 a 1935, aproximadamente, Rodolfo Elías Calles se desempeñó como gobernador de Sonora y al final fue miembro del gabinete federal del presidente de México, Lázaro Cárdenas del Río. Sin embargo, su padre Plutarco Elías Calles criticó públicamente al presidente mexicano Lázaro Cárdenas (1934-1940), gobernante que no toleró tales cuestionamientos y lo

desterró del país. Por esa razón, los grupos políticos y económicos dominantes en Sonora, adheridos al liderazgo nacional de Plutarco Elías Calles y en particular al de su hijo Rodolfo Elías Calles, resultaron relegados a partir de diciembre de 1935, cuando el Congreso de la Unión desconoció a los tres poderes en Sonora (Almada, 2010:171).

Tales acontecimientos políticos también desencadenaron en Sonora la salida del periodista José Healy del diario *El Tiempo*, siendo sustituido en el cargo por Arturo M. Escandón⁸⁴. Luego de su salida de *El Tiempo*, Healy tomó un receso en su actividad periodística para desempeñarse como gerente de los hoteles locales Lavat y Ramos y, posteriormente, como secretario en el Comité Administrativo de la Universidad de Sonora, siendo en este último cargo donde percibió un salario de 300 pesos mensuales. En abril de 1942 Healy decidió reanudar su quehacer periodístico y optó por comprar la cabecera del diario *El Imparcial* (Healy, 1997:14; Almada, 2009:501; Murillo, 2007:4; Mendívil, 1964:106-107).

⁸⁴ Al respecto, José Abraham Mendívil (tomo III, 1972b:37-39) relató en forma retrospectiva: “El motivo de que el señor Healy dejara el periódico, parece que fue el siguiente: cuando el general Calles produjo sus primeras declaraciones censurando la política obrerista del régimen de [Lázaro] Cárdenas, declaraciones que muchos políticos del país consideraron como un regaño, que sería fácilmente acatado por el presidente y en consecuencia, se apresuraron a felicitar al Jefe Máximo, a ese mismo tiempo, el señor Healy escribió en su periódico una editorial, que se hizo famosa en el Estado, titulada ‘Rugió el león’, en cuya editorial el señor Healy colmaba de alabanzas al general Calles, considerándolo como el indiscutible orientador, que con su voz autorizada, ponía los puntos sobre las íes. Naturalmente, cuando en los pocos días, la república se enteró de que Cárdenas, en lugar de obedecer, mandaba fuera del país a su jefe [Plutarco Elías Calles], sacaba del gabinete a todos los callistas y el Senado declaraba desaparecidos los poderes de algunos estados de la república [Entre estos el de Sonora], la situación resultó embarazosa para quienes se habían equivocado y naturalmente tuvieron que ahuecar el ala. Por cierto que Israel González [director del diario *El Pueblo*], furibundo ‘anticallista’, hizo escarmio de su colega [Healy] en un mitin que efectuaron los eternos descontentos, cuando al pronunciar un discurso, entre otras cosas, dijo poco más o menos lo siguiente: ‘uno de los más destacados barberos del callismo tuvo la audacia de escribir lo siguiente: -rugió el león- y luego el orador continuó, sólo que esta vez no rugió: se le salió el aire’”.

Figura No. 10
Distancia entre la Cd. de México y Los Ángeles,
California, USA, con escala en Hermosillo, Sonora.

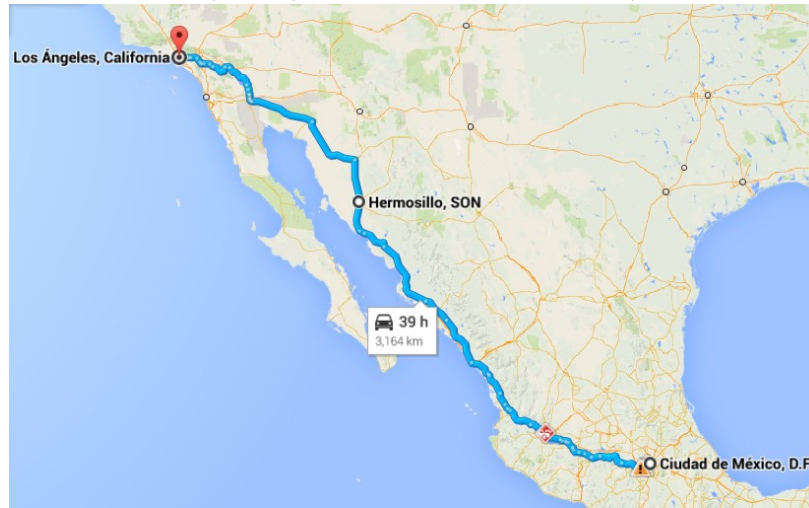


Figura: captura de pantalla 17/10/2013

Fuente: Google Maps

CAPÍTULO III. LA DISTRIBUCIÓN DE NOTICIAS DE *EL IMPARCIAL* IMPRESO

3.1 La fundación de *El Imparcial* en 1937

José Healy ya era un experimentado periodista, conocedor del mercado periodístico y del sistema político sonoreense, cuando compró a José Abraham Mendívil el periódico *El Imparcial*, el 3 de abril de 1942, quien lo había fundado cinco años antes en la ciudad de Hermosillo⁸⁵.

Con el paso de los años, José Healy había abandonado su función como periodista de la facción constitucionalista, iniciada en el año de 1916, para asumir la función como empresario periodístico en los años cuarenta del siglo XX. Healy ya había incursionado como socio fundador de otros periódicos, pero no le habían resultado como negocio exitoso, debido a problemas de financiamiento o conflictos políticos, estos últimos que le afectaron su patrimonio, le ocasionaron el embargo de su imprenta, lo orillaron a su destierro de México y a residir en Los Ángeles, California, Estados Unidos, como se describe y analiza en el capítulo II de esta tesis doctoral. En los años cuarenta, Healy contaba con un cúmulo de experiencias como periodista, como directivo de diarios y también había logrado articular varias relaciones con los principales actores políticos y económicos de Sonora. En esas circunstancias, José Healy decidió adquirir el diario *El Imparcial*, que hasta entonces editaba José Abraham Mendívil Rincón y quien, junto con algunos socios, lo había fundado desde el 1 de mayo de 1937 en la ciudad Hermosillo (Mendívil, 1972a:3).

⁸⁵ Además de *El Imparcial*, otros periódicos mantenían sus ediciones en esa época, como *El Pueblo*, que había sido creado en el año de 1924 en Hermosillo; *El Diario del Yaqui* de Ciudad Obregón, lanzado en 1942; y *La Gaceta* de Guaymas, que inició en el año de 1914.

Si se aplica la definición y los conceptos de departamentos típicos de una empresa informativa⁸⁶, aunque en una escala pequeña, el caso de *El Imparcial* cumplía con tales criterios. Contaba con su editor y gerente, función que desempeñaron primero Pedro Márquez Carrillo, José Abraham Mendívil y posteriormente José Healy; tuvo una redacción de noticias a cargo sucesivamente de Carlos Gaytán, Alfonso Almada Jr., Aureliano Urías G. y Jorge Orozco y Girón, entre otros; el departamento de publicidad y administración lo atendía Fernando M. López; el encargado de distribución del periódico era Manuel Calvario; mientras que su departamento de producción lo constituyó la imprenta de los Talleres Gráficos de la Cooperativa Cruz Gálvez, que maquilaba el mencionado diario, debido a que los dueños de dicha cabecera carecían de maquinaria propia (Mendívil, 1972a:3).

Mendívil, Urías y Márquez, al igual que Healy, ya habían fungido como editores de otros periódicos o revistas, cada quien por separado. Por ejemplo, Márquez había publicado *Magister*, que era una publicación mensual en 1936, en tanto que Urías había editado el bisemanario *El Ajuste* en 1937 (Pesqueira, 1945:16).

En el caso de José Abraham⁸⁷, quien era el principal socio de *El Imparcial* antes de venderlo, también había promovido la edición de algunos periódicos de efímera

⁸⁶ Desde el punto de vista periodístico empresarial, “un periódico es una relación impresa de información actual e importante distribuida dentro de un mercado específico sobre una base regular”, constituyendo sus departamentos típicos: editor y gerencia general, redacción de noticias, publicidad, difusión y producción (Sohn, 1988:22-24). En tanto, el autor Francisco J. Caro (2007:22) define a la empresa informativa como: “unidad de producción que combina recursos materiales, económicos y humanos (que realizan en gran medida un trabajo intelectual y creativo), para satisfacer la necesidad de información del mercado, mediante la elaboración de diarios y que persigue unos objetivos determinados (económicos y no económicos)”, añadiéndole, el mismo autor, la especificidad que influye en la forma en cómo es gestionada y organizada: “trabaja con información actual y sus empleados se enfrentan cada día a un entorno incierto que les puede obligar a variar el plan de trabajo de una jornada en un instante”.

⁸⁷ Los datos biográficos de José Abraham Mendívil Rincón tienen como fuentes principales los siguientes textos: “Don José Abraham Mendívil Rincón. Fundador de *El Imparcial*” y el “Acta del recuerdo”, fechados

duración, cuyos contenidos abordaban sobre planes y acciones del movimiento de los trabajadores, que exigían el mejoramiento económico y mayor participación en las coyunturas de carácter político-electoral, principalmente para elegir a gobernador de Sonora.

Mendívil Rincón había llegado a la ciudad capital de Sonora procedente del vecino estado de Sinaloa, México, donde nació el 16 de mayo de 1910 en la población de Choix, y desde donde se trasladó luego de quedar huérfano a corta edad, dedicándose como peón de trabajos de campo, maderero y jornalero en las vías del ferrocarril (Mendívil, 1972a:1).

Durante su residencia en Hermosillo logró ingresar al internado “Coronel José Cruz Gálvez”, escuela de artes y oficios que fue creada para atender y ofrecer educación a los hijos de los combatientes de la revolución mexicana. En la citada escuela, Mendívil Rincón aprendió en dos años el oficio de carpintero, pero además durante sus estudios en el internado, colaboró con el periódico de su escuela llamado *Polen de ideas*.

Luego de terminar sus estudios de carpintería, José Abraham incursionó como organizador y dirigente de su gremio de trabajadores y, posteriormente, como líder de la Federación Obrero Campesina de Hermosillo, desde la cual lanzó en 1934 el semanario *La Voz Proletaria*, a la edad de 24 años de edad.

el 1 de mayo de 1972, con motivo del 35 aniversario de fundación de ese medio impreso. Dicho documento consta de tres páginas y tiene la firma autógrafa de Abraham Mendívil, junto con la de otros colaboradores que participaron en la edición del periódico, antes de que fuera vendido a José S. Healy. Una copia fotostática del texto fue entregada el 12 de noviembre de 1992, al autor del presente trabajo de investigación, por parte del hijo de José Abraham, Luis Mendívil Montiel. La semblanza de Abraham Mendívil también tiene como referencia los ejemplares de *El Imparcial* y el diario *El Pueblo* publicados en la década de los años treinta del siglo XX, consultados en la Hemeroteca de la Universidad de Sonora, así como de documentación diversa del AGES. También son fuentes las obras de la autoría de Abraham Mendívil, que se encuentran en el apartado de las referencias de esta tesis doctoral.

Después publicó un pequeño periódico titulado *El Machete*, en el cual se criticaba a las autoridades encabezadas por el gobernador Jesús Gutiérrez Cázares, quien “terminó con él, como parte de las represalias de que fue objeto” en el año de 1935 (Mendívil, 1972a:1).

Mendívil se ostentaba en la década de los años treinta del siglo XX como un militante de las “huestes populares izquierdistas”⁸⁸ que luchaban contra “las derechas”, estas últimas apoyadas desde el gobierno de Sonora, encabezado por el mencionado gobernador Gutiérrez Cázares. En esa misma década, de los años treinta del mencionado siglo, aparecieron algunos periódicos, en distintas ciudades sonorenses, como voceros de grupos políticos y económicos locales.

Aunque *El Imparcial* fue creado en 1937 como una pequeña empresa periodística, dicho diario surgió con el propósito de contrarrestar “los ataques” de otro periódico hermosillense llamado *El Tiempo*, desde cuyas páginas se criticaba a Abraham Mendívil, quien también era secretario general del Partido Nacional Revolucionario (PNR) y dirigente obrero en la ciudad de Hermosillo. La ideología política y sindical del principal directivo de *El Imparcial*, Abraham Mendívil, se reflejó en el contenido editorial del nuevo medio impreso, ya que ese periódico defendió luchas de los trabajadores en Sonora, entre éstas las huelgas estalladas en algunas fábricas para exigir mejores condiciones salariales (Mendívil, 1964:24).

En el plano político electoral coyuntural, Mendívil Rincón apoyó al candidato a gobernador de Sonora por el PNR, Román Yocupicio, motivo por el cual el diario local rival ya mencionado, *El Tiempo*, se había convertido en el crítico de ambos

⁸⁸ “Junto con el que esto escribe, militaban en el grupo de las izquierdas, Aurelio V. García, Melitón A. Hernández, José D. Oropeza, Vicente Contreras, José R. Berlanga, Francisco Ochoa y muchos otros”, escribió José Abraham Mendívil (1964:9).

personajes. Al recordar las razones por las cuales fundó *El Imparcial*, José Abraham escribió que las primeras planas del diario *El Tiempo* estaban dedicadas “al ataque y a la calumnia, contra los *mendiviles* y *melitones* como él nos llamaba despectivamente, trayendo como consecuencia esta campaña, el nacimiento de *El Imparcial*” (Mendívil, 1972b:39).

Durante la dirección y gerencia de José Abraham, el periódico *El Imparcial* era editado por las mañanas de los martes a domingo, con descanso el lunes, constaba de cuatro páginas y el ejemplar valía diez centavos, mientras que la suscripción anual se vendía a 20 pesos. Sus oficinas se localizaban por la calle Morelos No. 67, con número telefónico 153 y apartado postal No. 66.

Cuando *El Imparcial* fue fundado en 1937 empezó a competir con otros dos periódicos que ya se editaban en Hermosillo, *El Pueblo* y el ya citado *El Tiempo*. El diario *El Pueblo*, dirigido por su dueño Israel González y quien generalmente se distinguía por sus críticas contra el gobierno en turno⁸⁹, calificó como un “periódico oficial” a *El Imparcial*, pocas semanas después de que este último medio impreso había salido a la luz pública, ya que afirmaba que dicho diario era “sostenido por el gobierno local” (*El Pueblo*, 10-15/06/1937). Esa aseveración de *El Pueblo* se reforzó con la posterior designación de José Abraham Mendívil, como director del Departamento del Trabajo del gobierno del estado, quien por ese motivo tuvo que apartarse de la dirección y gerencia de *El Imparcial*:

Por tener que dedicar por completo sus actividades a las delicadas labores que le conciernen dentro de la administración gubernamental del señor general Don Anselmo Macías V., deja desde hoy el puesto de director de este periódico Don José Mendívil. En su lugar queda el señor Carlos

⁸⁹ El periodista Israel González era identificado, por parte de José Abraham Mendívil (1964:9), como integrante del “grupo de derechas”.

Gaytán, quien estaba desempeñando el cargo de Jefe de Redacción (*El Imparcial*, 07/09/1939).

Casi un mes después de que Carlos Gaytán se hubiera quedado al frente del diario, el 3 de octubre de 1939, *El Imparcial* publicó en su primera página la escueta información “a partir de esta fecha se hace cargo de la dirección de *El Imparcial* el señor Alfonso Almada”.

Almada era una persona de confianza de José Abraham Mendívil, quien se desempeñó en ese puesto durante dos años y medio, posición que le permitió preparar la venta y entregar el diario al mejor postor. Casi cinco años después de la fundación del periódico, el viernes 3 de abril de 1942, se publicó en la primera plana de *El Imparcial* la información sobre su venta:

Con esta fecha y según escritura de compra-venta, ante el señor licenciado Rafael de la Mora V., el señor José S. Healy adquirió en propiedad el periódico diario *El Imparcial* [...] que fuera de nuestra propiedad, traspasándole por tanto todos sus derechos, usos y obligaciones (*El Imparcial*, 03/04/1942:1).

Aunque se desconocen las razones por las cuales Healy adquirió *El Imparcial*, José Abraham dijo, por su parte, que pactó la venta de dicho periódico porque necesitaba el dinero para pagar las deudas que contrajo, cuando realizó una campaña electoral como candidato a diputado⁹⁰ (Mendívil, 1972a:2).

⁹⁰ José Abraham Mendívil no hizo público el monto de la compra-venta de la cabecera de dicho periódico a José Healy, aunque según la versión del co-fundador de dicho diario, Aureliano Urías, éste habría alcanzado la suma de cuatro mil pesos (Moncada, 2000:129).

Figura No. 11
Noticia sobre la venta de *El Imparcial* a José Healy



Imagen propia *El Imparcial* impreso 3/04/1942
Hemeroteca de la Universidad de Sonora.

3.2 Auge de la empresa periodística de los Healy

Tras haber comprado en el año de 1942 *El Imparcial*, José Healy continuó la publicación del diario en la misma imprenta industrial de la cooperativa Cruz Gálvez, en la cual también lo hacía su predecesor José Abraham Mendivil. Es decir, el nuevo dueño del mencionado periódico carecía de una imprenta propia para imprimirlo.

Uno de los primeros cambios que hizo Healy, consistió en ya no editarlo en su versión matutina, sino publicarlo en forma vespertina, así como también modificó el día de descanso del lunes al domingo, quedando las mismas dimensiones y la cantidad de sus cuatro páginas impresas.

Posteriormente, el 5 de mayo de 1953, Healy dejó su puesto como director de la empresa familiar, debido a que su salud empezaba a quebrantarse, para sólo concentrarse en su desempeño como Editor Propietario. Entonces designó a su

hijo José Alberto Healy Noriega como apoderado general, mientras que a Jorge Orozco y Girón, quien fungía como jefe de redacción del diario, lo nombró director del periódico, en tanto que a Luis Loera Espinosa lo ratificó como administrador (*El Imparcial*, 05/05/1953).

Alejado del trajín cotidiano y de las presiones que implicaba la dirección operativa del citado periódico, José Healy se dedicó a la convivencia con sus familiares, entre ellos sus nietos, al igual que a tejer más amistades y a planear el futuro desarrollo del diario. También siguió publicando su columna periodística *Deshilando*, en la cual trataba temas no controversiales, en contraste con los que redactaba cuando había sido directivo de los periódicos de la facción constitucionalista de Sonora, encabezada por Plutarco Elías Calles y Adolfo de la Huerta y en los cuales se dedicaba a criticar a los adversarios políticos.

Como parte de sus planes para consolidar el periódico familiar, ya con el apoyo de su hijo José Alberto Healy Noriega, que se había incorporado a las labores de redacción de *El Imparcial*, Healy Brennan encabezó la constitución formal de una empresa editora, el 28 de octubre de 1955, con la denominación de *Impresora y Editorial S.A.*, formalidad legal que le posibilitaría el acceso a los créditos bancarios disponibles en esa época.

Los socios de la empresa *Impresora y Editorial, Sociedad Anónima*, establecieron en su acta constitutiva que la misma tendría por objeto la edición de periódicos, revistas y semanales, así como la maquila de trabajos impresos, conformándose con un total de diez mil acciones con un valor de 100 pesos cada una como capital social fijo, distribuidas de la siguiente manera:

José S. Healy, 7,800 acciones; su esposa Laura Noriega de Healy, 400 acciones; su hijo José Alberto Healy Noriega con 600 acciones; Silvia Loera de Healy, esposa de José Alberto, con 400 acciones; en tanto que la hija de José Healy, María Laura Healy y su esposo Ernesto Camou Araiza, ambos con 400 acciones, que dieron el total acumulado de diez mil acciones. José Healy aportó a la empresa la maquinaria, equipo, vehículos, muebles de oficina y el taller por un valor total de 775 mil 677 pesos y entregó una suma en efectivo de 4 mil 333 pesos, contribución económica y material que lo convirtió en el principal accionista, mientras que su hijo José Alberto Healy Noriega entregó un vehículo marca Plymouth modelo 1952, sedán de cuatro puertas, con valor de 20 mil pesos y una suma en efectivo de 40 mil pesos, con lo cual sumó 60 mil pesos, que lo colocaron como el segundo accionista en importancia, además, su esposa Silvia Loera de Healy había invertido otros 40 mil pesos; en tanto la esposa de José Healy, Laura Noriega de Healy contribuyó con 40 mil pesos y su hija y yerno, María Laura Healy y Ernesto Camou Araiza, también quedaron inscritos como socios con 40 mil pesos (*El Imparcial*, acta constitutiva de 1955).

La nueva empresa editora constituida adquirió, en el mismo año de 1955, el edificio y la imprenta pertenecientes a la cooperativa Cruz Gálvez, por un monto total de 600 mil pesos pagaderos en tres años, inmueble donde siempre había sido editado *El Imparcial* y que también albergaba las oficinas de dicho periódico. Durante ese mismo año la nueva denominación de la empresa editora creó además el diario matutino local llamado *El Regional*, del cual fue presidente José Healy, en tanto que José Alberto Healy Noriega fungió como gerente general y Alfonso R. López, se desempeñó como jefe de redacción (Murillo, 2014:176-177).

El 28 de febrero de 1956, el presidente de la empresa, José Healy y sus socios acordaron transformarse en una sociedad anónima de capital variable, para lo cual modificaron su escritura constitutiva, que quedó inscrita con el número 9,064, correspondiente al Libro 34 de la sección quinta del Registro Público de la Propiedad, con fecha de 8 de mayo de ese mismo año. Con tal modificación la sociedad quedó conformada con un capital mínimo de un millón de pesos, con un valor de 100 pesos cada acción, cuyo capital podría aumentar hasta los dos millones de pesos (*El Imparcial*, acta de 1956). Posteriormente, la mencionada sociedad también compró en 1957 el periódico *El Informador del Mayo*, que se editaba en la ciudad de Navojoa, localizada en el sur de Sonora.

Para el 13 de septiembre de 1961, José S. Healy decidió retirarse formalmente como presidente de la empresa editora de *El Imparcial*, asumiendo el control general de la compañía su hijo José Alberto Healy Noriega, quien había nacido el 31 de agosto de 1928 en Los Ángeles, California, Estados Unidos, aunque de nacionalidad mexicana por descender de padres mexicanos (*El Imparcial*, 13/09/1961).

Durante la nueva administración de José Alberto Healy Noriega, éste se propuso modernizar la tecnología de impresión del diario, pero comenzó a enfrentar dificultades políticas con el gobierno de Sonora y problemas económicos en su funcionamiento, por lo cual hipotecó a la empresa el 7 de agosto de 1962 para obtener un crédito con valor de 600 mil pesos, ante el Banco Mexicano de Occidente, concretándose además otros empréstitos por distintos montos

económicos durante 1963, cuyas cantidades adicionales fueron de 100 mil y 182 mil pesos⁹¹.

Al siguiente año, y como parte de su nueva estrategia empresarial periodística, el presidente de dicha sociedad capitalista decidió el 17 de agosto de 1964 que *El Imparcial* fuera editado en forma matutina y que *El Regional* se convirtiera en edición vespertina, así como también acordó varios cambios en ambos medios impresos, al aumentarle la cantidad de páginas y secciones al primero, mientras que al segundo le rediseñó el formato, la tipografía y la presentación de las noticias (Healy, 1997:21).

El forjador de la empresa editora de *El Imparcial*, José S. Healy, falleció en octubre del año de 1968 en Los Ángeles, California, Estados Unidos, donde se encontraba de paseo con su esposa.

A don José le sorprendió la muerte a las 7:00 horas de ayer en Los Ángeles, California, cuando en unión de su esposa doña Laura Noriega de Healy disfrutaban de sus frecuentes viajes de placer. Un paro cardiaco puso fin a una vida útil, y con ello la historia del periodismo de Sonora pone fin también a uno de sus más brillantes capítulos (*El Imparcial*, 8/10/1968).

Luego de haberse difundido la noticia hubo múltiples muestras de aprecio hacia su persona y de reconocimiento a su trayectoria periodística, aunque él ya estaba inactivo desde hacía varios años (Murillo, 2014:221-222). Después de la muerte de su padre, José Alberto Healy resultó su heredero natural y, por ende, el principal accionista de la empresa editora, circunstancia que le permitió que, el 28 de febrero de 1970, promoviera que sus socios, ahora enteramente presididos por él, aprobaran la ampliación del capital social de un mínimo de dos millones de

⁹¹ *El Imparcial*, acta constitutiva de 1955, anotaciones al calce, registradas los días 7 de agosto de 1962; y las dos del siguiente año, el 29 de agosto de 1963; y el 4 de diciembre de 1963.

pesos hasta un máximo de 3,5 millones de pesos. Esa ampliación de capital permitió poder hipotecar a dicha empresa, el 17 de abril de ese mismo año, y así obtener un crédito por 1,5 millones de pesos⁹².

Tales recursos financieros contribuyeron a la adquisición de la maquinaria y equipo de impresión del sistema offset de ambos periódicos, que fue inaugurada a partir del 8 de agosto de 1970. Pese a la inyección de esos recursos económicos, el presidente de la empresa no pudo salvar a su diario filial *El Regional* de Hermosillo, al cual tuvo que clausurar en 1973⁹³. Entonces, la atención y los recursos se concentraron sólo en el desarrollo y crecimiento de *El Imparcial*⁹⁴, debido a que también *El Informador del Mayo* ya había sido vendido en 1965 por los Healy a empresarios de la ciudad de Navojoa, donde se encontraba la sede de ese rotativo.

El endeudamiento de la empresa, sus elevadas inversiones en maquinaria y equipo de impresión, así como sus planes de mayor crecimiento, al parecer motivaron a José Alberto Healy a promover la participación de empresarios sonorenses como nuevos socios de *El Imparcial* y aminorar las dificultades económicas que arrastraba. Para ello tuvo que modificar el 28 de enero de 1978 las cláusulas del acta constitutiva, ampliar el capital social a 12 millones de pesos e incluir las aportaciones de sus nuevos socios, quedando de la siguiente manera su composición accionaria:

⁹² *El Imparcial*, acta constitutiva de 1955, anotaciones al calce del 17 de abril de 1970.

⁹³ “La razón principal que obligó al cierre de esta edición fue la baja circulación y publicidad que tuvo en los últimos dos años, derivada en buena medida por el surgimiento de noticieros de televisión y radio al mediodía y por la tarde” (Healy, 1997:27).

⁹⁴ “En febrero de 1973, para dedicar más esfuerzo a un solo objetivo, se tomó la decisión de suspender *El Regional*” (*El Imparcial*, Edición Especial del 55 Aniversario 1937-1992, del 1 de mayo de 1992).

José Alberto Healy concentró 16 mil acciones “A” y 100 mil acciones “B”, que representaron un capital social de 11 millones 600 mil pesos; Ernesto Camou Jr., 400 acciones, con valor de 40 mil pesos; Silvia Loera de Healy, con 400 acciones; María Laura Healy de Camou, 400 acciones; Álvaro Obregón Tapia, 500; sucesión de Federico Valenzuela, 100; Julián García, 100; Juan Íñigo, 100; Eloy Martínez, 50; la empresa Hermosillo Mercantil S.A., 50; Efraín Urquídez, 25; Gustavo Mazón, 50; José O. Mazón, 50; Enrique Mazón, 50; la sucesión de Francisco G. García Quintanilla, 100; Gutiérrez Hermanos S.A., 125; Industrias Avícolas S.A., 125; Enrique Cubillas, 50; Manuel Torres Jr., 50; sucesión de Alfonso P. García, 150; Octavio Elías, 50; María U. de Matiella, 25; Unión Ganadera Regional de Sonora, un mil acciones; y sucesión de Jesús Elías, 50 acciones⁹⁵.

La estrategia adoptada por José Alberto Healy mejoró sus finanzas a fines de los años setenta y a principios de los ochenta, ya que *El Imparcial* aumentó su tiraje a 20 mil ejemplares diarios, mientras que la cantidad de empleados se elevó a 180 personas contratadas (*El Imparcial*, 08/01/2003). Durante la década de los ochenta del siglo XX la administración del mencionado periódico mejoró y modernizó la tecnología de su área de redacción e impresión, con la incorporación de ordenadores y especializados sistemas informáticos.

Casi a mediados de esa misma década, el 17 de mayo de 1984, comenzó el proceso gradual del traspaso del poder de José Alberto Healy a su hijo José Santiago Healy Loera, cuando protocolizó su designación como director de *El Imparcial*, mientras que en el año de 1986 le transfirió 147 mil 700 de sus acciones

⁹⁵ Escritura pública número 2,589, volumen 62, emitida por el Notario Público No.43, Carlos Gámez Fimbres, e inscrita en el Registro Público de la Propiedad bajo el número 42,490, volumen 194, sección quinta, del 28 de enero de 1978.

de la serie “C”, tomadas de las 380 mil que le pertenecían. La mejoría económica también le permitió a José Alberto Healy comprarle el 27 de enero de 1987 las dos mil 800 acciones a los empresarios sonorenses, que habían decidido participar desde 1978 como socios de *El Imparcial* para que mejorara su desarrollo y situación económica⁹⁶.

Con el deterioro del estado de salud de José Alberto Healy Noriega, entre 1989 y 1990, la responsabilidad de la empresa había recaído en su hijo José Santiago Healy Loera. “Mi hijo está a cargo y él toma las decisiones”, afirmó José Alberto durante una entrevista concedida⁹⁷.

En la década de los noventa, la familia Healy, que mantenía la propiedad y el control de *El Imparcial*, impulsó nuevos proyectos para consolidar, expandir su organización y actualizar su tecnología (Murcia, 2000:508-509). La empresa creó el 7 de noviembre de 1990 el diario *La Crónica* en la fronteriza ciudad de Mexicali, Baja California, México, junto con otros socios de la localidad. *La Crónica*, que anteriormente se denominaba *Novedades* de Baja California, fue fundada por José Alberto Healy Noriega, bajo la dirección general de su hijo José Santiago Healy Loera, representando la segunda incursión empresarial periodística de la familia Healy fuera del estado de Sonora, ya que José S. Healy había editado el diario *El Eco de México*, a partir de julio de 1924, en Los Ángeles, California, Estados Unidos, como se describe en el capítulo II de este trabajo.

⁹⁶ Escritura pública número 10,169, volumen 154, otorgada por el Notario Público No.58, César Tapia Quijada, el 27 de enero de 1987.

⁹⁷ Entrevista concedida por José Alberto Healy Noriega al periodista Francisco Javier Ruiz Quirrín, director del semanario de Hermosillo *Primera Plana*, correspondiente a la edición del 6 de marzo de 1992.

Al año de haber iniciado operaciones, la familia Healy decidió tener el control total de las acciones de *La Crónica* de Mexicali. Además, determinó que el diseño fuera transformado, que los contenidos se distribuyeran en seis secciones básicas y se imprimieran sus páginas con la tecnología del color⁹⁸. *La Crónica* fue deficitaria en sus primeros cuatro años de operaciones, por lo cual tuvo que ser subsidiada por la empresa editora de *El Imparcial*, hasta que alcanzó números negros en 1995, lo que “significó un gran respiro financiero y un nuevo logro periodístico para la organización” (Healy, 1997:80).

En septiembre de 1995 fue lanzada la primera versión web de *El Imparcial*, convirtiéndose en el primer periódico sonoreense y del noroeste de México en ofrecer sus servicios informativos en la red de redes, aprovechando que esta empresa periodística ya ofrecía servicios de acceso a Internet y el diseño de páginas web, a cuyo frente se encontraba otro miembro de la familia, llamado Juan Fernando Healy Loera (González, 2001c:82).

El 26 de octubre de 1997 murió José Alberto Healy Noriega y, al siguiente día, *El Imparcial* publicó como noticia principal su fallecimiento:

Toda una vida dedicada al periodismo terminó ayer al fallecer en la ciudad de Tucson, Arizona, el señor José Alberto Healy Noriega presidente y editor de *El Imparcial* de Hermosillo y *La Crónica* de Baja California (*El Imparcial*, 27/10/1997).

Al fallecer José Alberto Healy Noriega, la presidencia y dirección general recayó en su hijo mayor José Santiago Healy Loera, quien desde la década de los ochenta inició el relevo gradual de las funciones de su padre, conforme decaía la salud de su progenitor. Ya con el dominio pleno sobre la empresa, el nuevo

⁹⁸ Según lo señala *La Crónica* en su sitio web. Recuperado de <http://www.lacronicabc.com/templates/acercadelacronica.html>

presidente y director general del consorcio reforzó sus planes de consolidación económica y expansión periodística.

José Santiago Healy representó la tercera generación familiar de los Healy, en presidir y controlar *El Imparcial*, mismo que había estudiado la carrera de Licenciado en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Iberoamericana de la ciudad de México y se había desempeñado profesionalmente, durante cuatro años, en diversos medios informativos de la capital mexicana (Healy, 1997:37).

Ese cúmulo de experiencia, aunada a su trayectoria como directivo de *El Imparcial*, le sirvió para impulsar en noviembre de 1997 la fundación del semanario gratuito en español *Águila* de Tucson, Arizona, Estados Unidos⁹⁹. También constituyó en 1998 la nueva denominación de la empresa editora, quedando ahora como *Editores del Noroeste S.A. de C.V.*, y en cuyo consejo de administración participaron empresarios de Sonora, de Baja California y del centro del país (Healy, 1997:37; *El Imparcial*, 08/01/2003).

Tras dos años de preparativos, José Santiago Healy fundó además en Tijuana el diario *Frontera* el 25 de julio de 1999 con una inversión de ocho millones de dólares, en su primer año de operaciones, generando 200 empleos directos y 250 indirectos. *Frontera* comenzó a circular en las ciudades de Rosarito, Tecate, Ensenada, Tijuana y en el sur de California, Estados Unidos, donde también ofrecieron el servicio de entrega domiciliaria. Las oficinas del periódico se

⁹⁹ El semanario hispano *Águila* empezó con una distribución gratuita de 6 mil ejemplares cada semana, cifra que aumentó posteriormente a 20 mil ejemplares, entre la población hispana de Tucson, Arizona, Estados Unidos, que se calculaba era de 150 mil habitantes. Inició operaciones con una planta de 20 trabajadores, entre administrativos, de redacción y de distribución. Sin embargo, la familia Healy decidió concentrarse en la operación del diario *Frontera* de Tijuana, Baja California, motivo por el cual tuvo que clausurar el semanario *Águila* el 10 de diciembre de 1999, según un cable de la agencia de noticias *Associated Press* (AP) fechado en Tucson, Arizona, el 10 de diciembre de 1999.

construyeron en la Zona Río de Tijuana, en una superficie de terreno de 8 mil metros cuadrados. Healy Loera expuso que había decidido abrir ese nuevo periódico porque Tijuana ofrecía “perspectivas para un nuevo diario y porque, luego de un estudio de la plaza, deseamos consolidar el grupo en el noroeste”. La empresa ya contaba con *El Imparcial* en Hermosillo, Sonora y *La Crónica* de Mexicali, la ciudad capital del estado de Baja California (González, 2002:318).

La empresa *Editores del Noroeste* inauguró además sus oficinas en la ciudad de México, el 10 de noviembre de 1999, con el propósito de que sus diarios filiales contaran con el suministro propio de información procedente de la capital del país. Esta oficina fue instalada en una superficie de 500 metros cuadrados, en la avenida Ámsterdam 115, quinto piso, en la colonia Hipódromo Condesa, contando con una planta de 12 reporteros, dos auxiliares y un director.

La mencionada expansión de la compañía editora, desarrollada durante los años noventa, repercutió en el crecimiento de sus empleados, que alcanzó un total de 1.000 trabajadores en el año 2000, cifra que se redujo 13,6 por ciento al siguiente año, al registrar en el 2001 un total de 864 personas. La cantidad de empleados registrados en esos dos años colocó al grupo *Editores del Noroeste* (que edita *El Imparcial* y sus periódicos filiales) en los lugares 23 y 28 en 2000 y 2001, respectivamente, en la clasificación de las empresas más importantes del estado (*El Imparcial*, suplemento especial: Las 50 empresas más importantes de Sonora, 10/09/2001).

No obstante los logros obtenidos por José Santiago Healy, *El Imparcial* informó a principio de 2003 sobre su renuncia al periódico y a la empresa editora, que la había dirigido durante los últimos veinte años, bajo el argumento de que iba a

“emprender un nuevo proyecto de comunicación”. Su dimisión al cargo de director general la presentó el 7 de enero de 2003, mientras que formalmente dejaría el puesto de presidente del consejo de administración a partir del siguiente mes, el 17 de febrero de ese mismo año, aunque continuó como miembro activo del citado consejo de administración del consorcio empresarial (*El Imparcial*, 08/01/2003).

José Santiago Healy dijo, a manera de balance de su gestión, que durante su administración y dirección editorial amplió el negocio al estado vecino de Baja California, con la creación de los periódicos *La Crónica* y *Frontera*; modernizó sus instalaciones y maquinaria, al igual que la compañía obtuvo 400 millones de pesos de ingresos tan sólo en el año 2002. Al hacer entrega del cargo a su hermano, Juan Fernando Healy Loera, el presidente saliente, José Santiago Healy, consideró además que su mayor satisfacción fue heredar una “organización sólida con un prestigio periodístico nacional e internacional”, que se vio reflejado en la obtención de varios premios otorgados por la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), de la cual eran miembros. En su mensaje de despedida expresó también que le enorgullecía “entregar el timón de este gran buque a mi hermano, amigo y colega, que estoy seguro sabrá conducirlo con efectividad, seguridad y por el rumbo adecuado” (*El Imparcial*, 08/01/2003:1-4A).

Figura No. 12
Relevo en la presidencia de *El Imparcial*



Imagen propia

El Imparcial impreso 08/01/2003.

Por su parte, el nuevo director general y presidente del consejo de administración de la empresa editora, Juan Fernando Healy Loera había ingresado en 1992 a la compañía de *El Imparcial*, cuando contaba con 26 años de edad. Desde entonces desempeñó diversos cargos como directivo en los departamentos relacionados con la tecnología del periódico o de su administración, debido a su formación como licenciado en Sistemas Computacionales, con un posgrado en Administración de Empresas. Una década después de haberse incorporado a la empresa, en marzo de 2002, Juan Fernando Healy fue sido designado director ejecutivo de *El Imparcial*, como un paso previo para su nombramiento como presidente y director general¹⁰⁰ de toda la compañía editora de los tres periódicos (*El Imparcial*, 08/01/2003).

¹⁰⁰ El rol desempeñado por el presidente y director general, Juan Fernando Healy Loera, se describe y analiza en el presente trabajo de investigación. El nuevo directivo le ha dado continuidad a la expansión de la

3.3 Función de *El Imparcial* en el sistema político-económico de Sonora

La empresa editora de *El Imparcial* ha producido y distribuido su diario de papel en el mercado de lectores de Hermosillo y de otras ciudades de Sonora, ha influido en los sistemas político y económico de su región, pero también ha sido influida por los grupos de presión existentes en la sociedad en general, pero particularmente por los actores políticos y económicos.

Cuando José Abraham Mendivil fundó *El Imparcial* en mayo de 1937 su función inmediata consistió en influir en los grupos políticos y económicos para convencerlos y lograr su adhesión a los programas y acciones públicas del gobernador Román Yocupicio, mientras que en el ámbito económico se declaró defensor de los derechos de la clase trabajadora. La alianza de *El Imparcial* y el gobierno de Sonora, a fines de los años treinta y principios de los cuarenta del siglo XX, se hizo patente con la decisión del periódico de defenderlo abiertamente en sus páginas, en tanto que el gobierno sonorenses adquirió buena parte de las suscripciones de ejemplares del citado diario para distribuirlos entre los obreros organizados de la región¹⁰¹.

empresa editora, ya que el 23 de junio de 2011 lanzó el semanario impreso en idioma español *Frontera San Diego*, que se distribuye en la ciudad de San Diego, California, Estados Unidos, y creó el periódico de papel *Frontera Ensenada*, fundado el 27 de abril de 2012, que circula en el puerto de Ensenada, Baja California (Murillo, 2014:326), este último también con edición en la web, en tanto que el primero cuenta con su versión en la red social de Facebook.

¹⁰¹ En el expediente de la correspondencia de la oficina del Gobernador constitucional de Sonora, Román Yocupicio, se instruyó al jefe de la Sección de Prensa y Publicidad del gobierno de Sonora, Manuel J. Zavala, lo siguiente: “En virtud de que este gobierno está pagando a ‘*El Imparcial*’ 425 suscripciones que son distribuidas entre los Sindicatos Obreros y Campesinos, directamente por la gerencia del citado organismo, este Gobierno estima que es esa oficina [de prensa] a la que corresponde encargarse de esa labor, y en consecuencia se servirá usted promover lo conducente a que las suscripciones de referencia le sean entregadas para los fines consiguientes”. Dicho oficio con el número 13612, fechado el 27 de octubre de 1937, fue firmado por el Gobernador constitucional interino, Manuel C. Romo. (AGES, expediente no.28, denominado “Registro de salida de correspondencia del número 13501 al 14000”, Gobierno del Estado, Secretaría de Gobierno).

Desde su creación, *El Imparcial* fue identificado de inmediato como un medio impreso apoyado por el Gobierno de Sonora, incluso fue calificado por otros diarios de la competencia como un “periódico oficial” y afirmaron que era “sostenido por el gobierno local” (*El Pueblo*, 10-15/06/1937).

El propio Mendívil admitió además que su periódico era defensor de las luchas de los trabajadores sonorenses, entre éstas las huelgas estalladas en 1939 en algunas fábricas de Sonora para exigir mejores condiciones salariales.

Sabemos lo peligroso que es para la vida de nuestro periódico defender la causa de los trabajadores, pero declaramos que antes que el cuerpo económico de este diario, está su alma ideológica y por eso estamos conformes con que si la reacción ha tomado la fuerza suficiente para ahogar todo impulso de liberación proletaria, estamos dispuestos a morir junto con ellos antes de claudicar para salvarnos (Mendívil, 1964:24).

Luego de que José S. Healy comprara *El Imparcial* a José Abraham Mendívil, en el año de 1942, dicho periódico se caracterizó por continuar con su apego a las directrices del gobierno de Sonora, en mayor o menor grado, dependiendo de quien fuera el gobernador en turno, aunque ya no respaldó abierta ni soterradamente en sus páginas a la clase trabajadora, sino que se inclinó cada vez más hacia la defensa de los grupos empresariales dominantes, además de los políticos.

José S. Healy se desempeñó activamente al frente de *El Imparcial*, de 1942 a 1953, este último año cuando se retiró formalmente de la dirección editorial del periódico. Al retirarse totalmente José Healy, su hijo José Alberto Healy¹⁰² ya era

¹⁰² El periodista Abelardo Casanova, quien colaboró varios años como columnista en *El Imparcial*, describió el perfil periodístico de José Alberto Healy Noriega: “era un periodista muy completo porque te podía hacer una crítica de Sociales, a mí me gusta mucho el box, por ejemplo se iba a ver una pelea en Tucson y de la pelea misma pasaba y era una crónica excelente de box, con todos los conocimientos, lo mismo hacía una de Sociales que de cuestiones económicas y una columna de pelea” (*El Imparcial*, suplemento especial del 65 aniversario, del 12 de mayo de 2002).

un experimentado periodista que había crecido bajo la tutela de su progenitor, pero se había inclinado inicialmente más por un perfil especializado en las áreas administrativas de los diarios de la familia, lo cual le permitió impulsar el crecimiento y expansión de la empresa.

La fortaleza económica e influencia editorial que había adquirido la inicial pequeña empresa familiar de los Healy, que ya contaba con tres periódicos de su propiedad, tentaron a José Alberto para marcar una distancia como empresa periodística frente al quehacer del gobierno de Sonora y ya no acatar incondicionalmente sus directrices. Lo anterior se hizo evidente cuando José Alberto Healy Noriega primero simpatizó con la candidatura para gobernador de Luis Encinas Johnson, pero luego se distanció del mencionado político cuando éste ganó las elecciones constitucionales.

En forma retrospectiva, José Alberto admitió que la mencionada confrontación con el gobernador Luis Encinas se originó porque “no le gustaban a él algunas cosas que publicábamos del gobierno, [motivo por el cual] comenzó a atacarnos y nosotros le seguimos” y que a raíz de ese conflicto el gobernante auspició en 1963, desde el poder, el nacimiento de un periódico competidor llamado *El Sonorense*¹⁰³.

Fue la primera vez que un miembro prominente de la familia Healy se contrapuso abiertamente a los dictados del gobierno de Sonora, es decir, que establecía una relativa independencia frente al poder político dominante, pero las consecuencias de ese hecho inédito las resintió en forma negativa en el desarrollo económico de

¹⁰³ Entrevista realizada por el periodista Francisco Javier Ruiz Quirrín a José Alberto Healy Noriega (*Primera Plana*, 06/03/1992).

dicha empresa editora de periódicos. Durante la mencionada confrontación la empresa editora periodística no obtuvo los acostumbrados ingresos por concepto de publicidad oficial¹⁰⁴, por lo cual se vio orillada a recurrir al financiamiento de la banca comercial, por un monto total de 882 mil pesos en el periodo comprendido del 7 de agosto de 1962 al 4 de diciembre de 1963, como se ha descrito en el presente trabajo de investigación.

El conflicto se agravó aún más cuando el gobernador Luis Encinas Johnson inauguró el 15 de mayo de 1963 las instalaciones del nuevo periódico *El Sonorense*, lo cual desencadenó una serie de mayores críticas, por parte de la empresa de los Healy, contra la administración del mencionado mandatario estatal. La embestida editorial de los Healy se realizó, fundamentalmente, a través de un impreso quincenal llamado *Análisis Sonorense*, fundado en febrero de 1963, en el que apareció como responsable de su edición el periodista Rodolfo Barraza, empleado de *El Imparcial*. El quincenal *Análisis Sonorense* desapareció en 1968, cuando aparentemente se había dado un acercamiento entre los Healy y el gobierno de Sonora (Moncada, 2000:133).

Conforme se iban incorporando más descendientes de José S. Healy a la estructura directiva de *El Imparcial*, el mencionado diario fue inclinándose

¹⁰⁴ Al referirse a las repercusiones económicas negativas de dicha confrontación entre el dueño de *El Imparcial* y el gobierno de Sonora, de manera retrospectiva, el periodista Carlos Moncada (2000:133) dijo: “Lo que me consta es que la situación económica de la empresa [editora de *El Imparcial*] fue, a lo largo de todo 1964, apremiante. Los sueldos se retrasaban considerablemente y se incrementaban las deudas. El autor de esta obra se vio obligado, en el verano de aquel año, a demandar a los Healy ante las autoridades del trabajo por falta de pago de salarios”. Moncada (2000:133) cita además el texto del periodista José Pomposo Salazar, quien escribió “no puedo dejar de declarar que admiro al licenciado [Luis] Encinas, gobernador del Estado, porque hizo lo que ningún otro gobernador anterior en los últimos 25 años ha hecho; suspender la subvención mensual más ‘embutes’ a los distinguidos señores Healy, dueños de los periódicos *El Imparcial* y *El Regional*”.

editorialmente hacia la difusión de mayores contenidos de tipo ideológico conservador, apegados a valores religiosos, de tipo político-partidista y empresariales.

A principios de la década de los noventa del siglo XX, el investigador de la Universidad de Sonora, Miguel Ángel Vázquez (1991:79), sostuvo en su obra *Sonora: sociedad, economía política y cultura* que *El Imparcial* se había convertido en un diario “muy moderno, que hace gala de sofisticada tecnología y de una organización que le permite llegar a toda la población del estado. Empero, más allá de esto, *El Imparcial* se distingue por su posición política: su línea ideológica pro empresa privada a ultranza, antiestatista, moralista, conservadora, encuentra plena identificación en la filosofía del PAN [Partido Acción Nacional]: su gran clientela es la clase media de Sonora”.

Por su parte, el autor Raúl Murcia (2000:509), quien ha investigado la actuación de algunos medios sonorenses, plantea que *El Imparcial* -en los noventa del siglo XX- se caracterizó por su crítica antigubernamental, por su ‘favoritismo’ hacia los empresarios, la jerarquía eclesiástica católica y el Partido Acción Nacional.

El Imparcial ha sido identificado como un medio impreso con gran influencia en el sistema político de Sonora, cuyos gobernantes optaban por mantener buenas relaciones con dicho diario, aunque en ocasiones entraban en conflicto con sus directivos o sufrían estos últimos “presiones” o “amenazas”.

Al respecto, el director general de *El Imparcial*, José Santiago Healy, escribió en su columna periodística *Actitudes al día* lo siguiente:

¿Cómo olvidar cuando un Gobernador llegó con la oferta de la dirección del canal de televisión estatal con la evidente intención de alejarnos del periodismo crítico? ¿O aquel funcionario encumbrado que sin mucho

preámbulo propuso fijar un subsidio mensual a nuestro diario para colocarlo al servicio del régimen en turno? ¿Y qué decir de las innumerables presiones, amenazas y campañas de desprestigio que sufrimos en la empresa a lo largo de los ochenta y los noventa de quienes se creían amos y señores de Sonora y de sus medios de comunicación? (*El Imparcial*, 17/02/2003).

El mismo directivo también refirió que “conflictos serios” internos y externos afectaron a *El Imparcial* al principio de la década de los noventa del siglo XX, periodo en el cual dicho periódico se encontraba bajo la presidencia de su padre José Alberto Healy Noriega:

Desde finales de 1990 hasta mediados de 1991, *El Imparcial* vivió una etapa muy intensa durante las campañas electorales en donde surgieron conflictos serios tanto internos como externos que advertían sobre la necesidad de establecer una línea editorial clara y acorde a las necesidades de los lectores sonorenses (Healy, 1997:43).

Para las elecciones del año 2000, *El Imparcial* fue el medio impreso que otorgó un tratamiento equilibrado en sus páginas sobre las informaciones generadas en torno a los diversos candidatos contendientes a las alcaldías, mientras que los otros periódicos de Sonora fueron inequitativos, al dar prioridad sólo a los abanderados del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y marginar a las otras organizaciones políticas participantes en los comicios, de carácter opositor, como el Partido Acción Nacional (PAN) y el Partido de la Revolución Democrática (PRD). En un monitoreo de medios, realizado por Robles y Moreno (2001:135), “*El Imparcial* y el semanario *La Verdad de Agua Prieta* mostraron una mayor apertura a las distintas opciones partidarias, pero, coincidente y paradójicamente, sin dejar de otorgar un mejor trato a las candidaturas priístas”.

En la década de los noventa y principios de la primera década del siglo XXI se originó y prolongó una confrontación entre José Santiago Healy Loera y el

gobernador de Sonora (1991-1997), Manlio Fabio Beltrones Rivera. Esa pugna entre el directivo del periódico y el gobernante perduró en forma intermitente durante varios años, incluso después de que el mandatario estatal ya había concluido su periodo en el cargo público en 1997.

Luego de que *El Imparcial* publicó en abril de 2002 la información titulada “Los narcos invisibles”, en la cual se describía que “narcotraficantes se anduvieran paseando” por Ciudad Obregón, Sonora, durante el gobierno de Beltrones Rivera y en otros años, el ex mandatario estatal le respondió a José Santiago Healy que eran falsedades, en una carta publicada en dicho diario el 11 de abril de 2002. El político aprovechó además para señalar en su carta que el jefe policiaco federal mexicano de nombre José Luis Larrazolo Rubio, estando en funciones en Sonora, “dejó en libertad a un importante miembro de la familia Healy, por cierto director de uno de sus periódicos, cuando se encontraba detenido y plenamente probada su relación con el narcotráfico y el vicio”.

Al día siguiente, el 12 de abril de 2002, José Santiago Healy le respondió y le aclaró al político sonorenses Manlio Fabio Beltrones, en su columna *Actitudes al Día*: “ningún familiar nuestro fue dejado en libertad porque simplemente nunca fue detenido como él señala en su carta”. Sin embargo, Healy Loera admitió al respecto en ese mismo texto suyo:

Hubo en efecto una acción intimidante por el entonces comandante de la Judicial Federal en Sonora que cesó de inmediato gracias a una llamada telefónica del propio Manlio Fabio Beltrones cuando fungía como subsecretario de Gobernación. Nunca se supo a ciencia cierta si esa maniobra fue un intento de extorsión del comandante policiaco o una estrategia política de mayores alcances. El caso es que el señor Beltrones y sus allegados cada vez que son criticados sacan a relucir esa endeble historia como si de esa manera se limpiaran sus pecados (*El Imparcial*, 12/04/2002).

José Santiago también celebró en el texto de la citada columna, que Beltrones Rivera “se haya tomado la molestia de dar la cara para lanzar sus acusaciones bajo su puño y letra”, ya que durante “su gobierno en Sonora este tipo de ataques en contra de esta Casa Editorial se daban casi a diario, pero a través de pasquines y testafierros”. Y luego matizó en su mismo espacio de opinión: “Si en los recientes artículos se cometió algún exceso u omisión le extendemos una sincera disculpa al señor Beltrones. Nuestro compromiso es con la verdad y nada nos duele más que faltar a ella” (*El Imparcial*, 12/04/2002).

La nueva respuesta de Beltrones Rivera, a estos últimos señalamientos de parte de Healy Loera, la publicó *El Imparcial* el 14 de abril de 2002, en la cual el ex gobernador le expresó “acepto su disculpa pública de hoy que aparece en su columna *Actitudes al Día*” y luego abundó en su señalamiento sobre el involucramiento del familiar de los Healy en presuntos actos delictivos, cuyo nombre omitió el ex gobernador¹⁰⁵:

Estaba detenido o ustedes lo tenían escondido para que no fuera detenido (¡qué más da!), con cargos de narcotráfico, según la versión que su señor padre, enfrente de usted, me hizo saber al pedir mi intervención para poder hablar con el Comandante de la PGR en cuestión y solicitarle los ayudara a salir del problema, comprometiéndose ustedes, de lograrlo, internar a su familiar en un centro de rehabilitación para adictos, cuestión que por el bien y salud de su familiar espero sí se haya cumplido (*El Imparcial*, 14/04/2002).

El Imparcial publicó esta última carta de Beltrones en la página 4 A de su sección General, titulada “La postura del ex gobernador”, en la parte inferior izquierda de

¹⁰⁵ En una entrevista realizada vía telefónica por Francisco Javier Ruiz Quirrín al exgobernador Manlio Fabio Beltrones Rivera, éste abundó sobre el tema, soltó nombres y lamentó que el presidente de *El Imparcial* sufra tan joven de Alzheimer “porque ya olvidó que su padre, don José Alberto Healy, al enterarse de que la Policía Judicial Federal tenía a su yerno Adolfo Sánchez acusado de narcotráfico y con orden de aprehensión en la mano, pidió al mismo José Santiago buscar a su amigo y compadre Ricardo Mazón Lizárraga para que interviniera como conducto para pedirle al entonces subsecretario de Gobernación, es decir conmigo mismo, ayuda en el problema [...] la recomendación funcionó y la familia Healy, por consecuencia, ofreció agradecerme toda la vida; desgraciadamente jamás cumple” (*Primera Plana*, 15/04/2002).

su plana, donde José Santiago Healy había publicado dos días antes sus comentarios en torno al político y su polémica con el periódico. Con la publicación de la carta del ex mandatario concluyó la controversia pública entre él y el director general del diario hermosillense. La disputa entre José Santiago Healy Loera y el gobierno de Sonora, encabezado entonces por su titular Manlio Fabio Beltrones Rivera, fue la segunda que se registraba públicamente entre un destacado miembro de la familia Healy y el principal actor del sistema político sonoreño, ya que su padre José Alberto Healy Noriega se había enfrentado anteriormente al gobernador Luis Encinas Johnson, como se describe en la presente investigación. Empero, ésta no fue la primera vez que algún directivo de *El Imparcial* había sido señalado de tener presuntamente nexos con el narcotráfico, acusados por políticos o funcionarios públicos mexicanos que reaccionaban en contra de lo publicado por dicho medio impreso, con relación a temas del crimen organizado o bien sobre aspectos que les desagradaban a los personajes aludidos.

Uno de los casos que tuvo despliegue en las páginas del periódico *El Imparcial* y en otros medios impresos de la ciudad de México, lo representó la confrontación pública entre los directivos de dicho diario con el general Francisco Arellano Noblecía, coordinador general de las Fuerzas Especiales de Apoyo de la Policía Federal Preventiva (PFP) del Gobierno mexicano (Murillo, 2014:313-314). El origen de esta confrontación se dio cuando el general Arellano Noblecía señaló en una entrevista concedida al diario de la capital del país *La Crónica de Hoy*, publicada en la primera plana del 24 de agosto de 2001, que *El imparcial* había tenido tratos con narcotraficantes en la década de los años ochenta, para lo cual afirmó que el capo mexicano Rafael Caro Quintero había firmado dos cheques

destinados para la empresa Impresora y Editorial S.A. de C.V., editora de *El Imparcial*. Como reacción a esa acusación, *El Imparcial* publicó al día siguiente un comunicado de prensa, en su primera plana, en el cual estableció su postura sobre lo manifestado por el mencionado jefe policiaco federal de México:

A partir del 24 de julio de este año, *El Imparcial* y sus periódicos hermanos, *La Crónica* de Mexicali y *Frontera* de Tijuana, iniciaron una investigación periodística sobre los hechos sangrientos en el ejido de San Ignacio Río Muerto, Sonora, ocurridos el 23 de octubre de 1975, en donde el entonces coronel Arellano Noblecía dirigió este operativo siendo jefe de la Policía Judicial del Estado de Sonora (...) De forma sorprendente el día de ayer, el general Arellano Noblecía intenta desviar la atención de dicha investigación periodística y acusa a Periódicos Healy de nexos con el narcotráfico haciendo entrega a otro medio de comunicación de supuestas copias de cheques otorgados a *El Imparcial* por Rafael Caro Quintero en 1981 y 1983 (*El Imparcial*, 25/08/2001).

El mismo presidente y director general de *El Imparcial*, José Santiago Healy, sostuvo además, durante una entrevista radiofónica concedida el 24 de agosto de 2001 al periodista Eduardo Ruiz Healy, de la estación *Radio Fórmula* de la ciudad de México, que “las copias de los supuestos cheques que fueron dados a conocer por el general Francisco Arellano Noblecía son falsificaciones y obedecen a una campaña para desprestigiar a esta Casa Editorial” (*El Imparcial*, 25/08/2001). Por su parte, el diario *El Universal* de la ciudad de México difundió el 25 de agosto de ese mismo año el comunicado en el cual se defendía José Santiago Healy Loera, frente a las acusaciones hechas por Arellano Noblecía, pero adicionalmente el periódico capitalino informó que el ex director del periódico *El Independiente* de Hermosillo, Sonora, José Luis Hernández Salas, fue quien había proporcionado las copias de los cheques que supuestamente firmó el narcotraficante Rafael Caro Quintero a nombre de la empresa de la familia Healy, debido a que existía un antiguo diferendo personal entre Hernández Salas y Healy Loera.

El Universal también publicó que José Santiago Healy, en el año 1992, había hablado ante el presidente de México, Carlos Salinas de Gortari, en la ceremonia oficial del festejo del Día de la Libertad de Prensa, en representación de la Asociación de Editores de Periódicos y Diarios, y que el periodista de la revista *Proceso*, Rafael Rodríguez Castañeda escribió, al respecto, en su libro 'Prensa Vendida' -de Editorial Grijalbo, 1993, p.358- lo siguiente:

La designación de José Santiago Healy Loera como orador en nombre de los editores de diarios del país, se hizo poco después de que el semanario 'Opinión' de Hermosillo, Sonora, publicó una serie de reportajes sobre las ligas de *El Imparcial* con el narcotráfico. El diario no refutó una sola línea de lo publicado. Una semana antes, el director general de Periódicos Healy, que agrupa además de *El Imparcial*, a *La Crónica*, de Baja California, rindió su declaración ante el agente del Ministerio Público Federal adscrito al Juzgado Segundo de Hermosillo, Antonio Pacheco Gómez, dentro de la averiguación previa 76/89-1 iniciada contra su cuñado Adolfo Sánchez, ex gerente administrativo de *El Imparcial* y actual director ejecutivo de *La Crónica*. Sánchez, quien también estuvo en el evento, que se efectuó en el hotel Camino Real, enfrenta una acusación de delitos contra la salud en sus modalidades de compra, venta, suministro y tráfico de cocaína¹⁰⁶.

Por su parte, el periódico *Cambio*, con sede en la ciudad de Hermosillo, entrevistó el 29 de agosto de 2001 a Arellano Noblecía, quien le entregó las copias de dos supuestos cheques suscritos a nombre de Impresora y Editorial S.A. de C.V., que edita *El Imparcial*, uno de los cuales es de Banpacífico por un monto de 66 millones 600 mil pesos con el número 293237 de la cuenta No. 198376, girado el 4 de diciembre de 1981 por Representaciones Aéreas de Sonora, S.A., presuntamente firmado por el narcotraficante Rafael Caro Quintero y depositado en Hermosillo por la citada empresa editora de *El Imparcial*. El otro cheque corresponde a Banamex, fechado el 5 de enero de 1983 por la cantidad de 2

¹⁰⁶ Dicha información fue publicada por el periódico de la ciudad de México *El Universal* el 25 de agosto de 2001. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/63486.html>

millones 600 mil dólares, firmado presuntamente por Rafael Caro Quintero, con el número 2794057, girado también a favor de la misma empresa editora y endosado a favor de Antonio Salas, con fecha 5 de enero en la Caja Dos de Banamex. Ambos documentos los publicó el diario local *Cambio* en esa misma fecha que difundió la entrevista con el alto mando policiaco federal mexicano (*Cambio*, 29/08/2001:12A-13A). Francisco Arellano admitió además, en dicha entrevista concedida a *Cambio*, que tanto el caso de la muerte de campesinos ocurrida en 1975, cuando él encabezó el operativo de su desalojo como jefe de la Policía Judicial del Estado de Sonora y el caso de los cheques presuntamente suscritos en 1981 y 1983 por Rafael Caro Quintero a nombre de *El Imparcial*, ya habían prescrito legalmente, es decir, aunque a ambas partes se les sometiera a un juicio no prosperaría porque ya había fenecido el plazo para procesarlos. “Tanto uno como el otro [casos denunciados por él y *El Imparcial*] están prescritos, es un tire y tire tanto si hubiere sido un delito en aquél entonces”, afirmó Francisco Arellano (*Cambio*, 29/08/2001).

En otra entrevista, pero ahora concedida al propio periódico *El Imparcial* de Hermosillo, Arellano Noblecía, en defensa de su actuación y de sus afirmaciones, explicó los motivos que tuvo para mostrar públicamente los referidos cheques del escándalo mediático:

Porque yo enfrento una campaña de la prensa de ataques despiadados que no tienen ninguna razón y que yo no sé hacia dónde nos quieren conducir. Yo creo que si a usted lo atacan por sistema, entonces por elemental defensa con lo que se tenga a la mano uno se defiende. Entonces esos cheques me llegan a mis manos y como los medios me están atacando les digo a los medios, mira aquí tengo esto y creo que no andan muy limpios¹⁰⁷.

¹⁰⁷ Esta información fue publicada por *El Imparcial* el 30 de agosto de 2001. Recuperado de <http://www.elimparcial.com/edicionimpresa/ejemplaresanteriores/20010830/HOM.pdf>

Francisco Arellano admitió además, en la misma entrevista concedida a *El Imparcial*, que tenía “informantes que me dicen que hay más documentos que los comprometen a ustedes [*El Imparcial*] y que también cuentan con los cheques originales” y aseguró que funcionarios de la agencia estadounidense antidrogas, la DEA, estaban cooperando con él (*El Imparcial*, 30/08/2001:5A). Arellano Noblecía tenía a su cargo en esa época el denominado Programa Puntos de Revisión Carreteros (Precos), entre estos los instalados en Sonora y Baja California, y aseguró que *El Imparcial* de Hermosillo y *La Crónica* de Mexicali, propiedad de la familia Healy, empezaron a criticarlo cuando:

Mis efectivos se hicieron cargo de los Precos y aseguraron varias toneladas de droga. *La Crónica* de Mexicali empezó con esto y ya van 36 días que no me sueltan. Siento que alguien metió de más a sus periódicos. Algo debe haber por ahí [...] También algunas personas de la DEA tienen pruebas y declaraciones ministeriales que me las pudieran proporcionar y que tienen que ver con Arcadio Valenzuela¹⁰⁸ quien ha tenido nexos muy cercanos con los Healy (*El Imparcial*, 30/08/2001).

Mediante un artículo editorial, titulado “Contra la calumnia”¹⁰⁹, *El Imparcial* informó el 31 de agosto de ese mismo año, en su primera plana, que había presentado una denuncia penal al respecto:

En defensa de la verdad y de la libertad de prensa, esta Casa Editorial presentó ayer ante las autoridades federales una denuncia para que se

¹⁰⁸ Según lo publicado por la revista *Proceso* de la ciudad de México, Arcadio Valenzuela, expresidente de los banqueros del país, fue socio en cuatro de las presuntas empresas ‘lavadoras’ de dinero del narcotraficante mexicano Rafael Caro Quintero. Recuperado de http://hemeroteca.proceso.com.mx/?page_id=278958&a51dc26366d99bb5fa29cea4747565fec=140917&rl=w. Por otra parte, la sucesión de Federico Valenzuela, familia a la que pertenece Arcadio Valenzuela, fue socia con la tenencia de 100 acciones de la empresa editora de *El Imparcial* a partir del 28 de enero de 1978 hasta el 27 de enero de 1987, según el número 109 de la edición de la revista *Opinión* de Hermosillo, del 25 de mayo de 1992, dirigida por José Luis Hernández Salas, este último quien fue señalado por el diario *El Universal* de la ciudad de México, de haber entregado los citados cheques a Arellano Noblecía.

¹⁰⁹ Esta información fue publicada por *El Imparcial* el 31 de agosto de 2001. Recuperado de <http://www.elimparcial.com/EdicionImpresa/EjemplaresAnteriores/BusquedaEjemplares.asp?Fecha=31/08/2001&seccion=1&subseccion=1&ppal=s>

investiguen a la mayor brevedad las acusaciones del general Francisco Arellano Noblecía, coordinador de las Fuerzas de Apoyo de la Policía Federal Preventiva (...) Nuestra empresa editorial niega tajantemente esta versión y por ello en la denuncia solicita que al general Arellano Noblecía y a quienes resulten responsables se les investigue por difamación, calumnia, falsificación de documentos, entre otros posibles delitos¹¹⁰.

Finalmente, un año después de haber iniciado esta polémica pública, Francisco Arellano envió una carta a *El Imparcial*, publicada en su primera página el 29 de septiembre de 2002, en la cual expresó su “disposición y compromiso para desistirme formalmente de los procedimientos legales iniciados en su contra”. Y añadió:

Sobre el particular, por este medio identifico que no debí haber hecho pública dicha información, toda vez que eran hechos que en lo personal no me constaban. Por lo anterior, y en virtud de la ofensa causada, por este medio expreso mi disposición y compromiso para desistirme formalmente de los procedimientos legales iniciados en su contra, sin reservarme acción o derecho que pudiera ejercer con posterioridad, así como a respetar la actividad profesional¹¹¹ que su Grupo Editorial lleva a cabo¹¹² (*El Imparcial*, 29/09/2002).

¹¹⁰ El presidente de *El Imparcial*, José Santiago Healy Loera, también presentó una queja ante la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH) contra Francisco Arellano Noblecía, por su carácter de funcionario federal. La queja quedó registrada en el expediente 2001/2331-4 del 5 de septiembre de 2001. Recuperado de <http://www.cndh.org.mx/sites/all/fuentes/documentos/informes/anales/2001.pdf>

¹¹¹ México sigue siendo uno de los países más peligrosos del mundo para los periodistas, ya que en la última década al menos 80 han sido asesinados y 17 han desaparecido, según la organización internacional *Reporteros Sin Fronteras*. Esta información sobre las agresiones a los periodistas fue recuperada de (<http://es.rsf.org/report-mexico,184.html>). En el caso del diario *El Imparcial*, su reportero José Alfredo Jiménez Mota, quien investigaba temas sobre el narcotráfico en Sonora, desapareció el 3 de abril de 2005 y desde entonces se desconoce su paradero. Las autoridades consideran que los traficantes de drogas habrían provocado su ausencia forzada (*El Imparcial*, 3/04/2006).

¹¹² Después de la publicación de esta carta de Francisco Arellano Noblecía, dicho jefe policiaco continuó varios años en esa corporación de seguridad federal y en otros cargos similares en el Gobierno del Distrito Federal. Dicha información relacionada con el desempeño posterior del jefe policiaco fue recuperada de http://www.ssp.df.gob.mx/TransparenciaSSP/Curriculum%20Vitae/CURR%C3%8DCULUMS_EMP_2011.pdf. Por su lado, el presidente y director general de la empresa editora de *El Imparcial*, José Santiago Healy Loera, presentó a los tres meses su renuncia a ambos cargos y fue sustituido por su hermano Juan Fernando Healy Loera. Recuperado de <http://www.elimparcial.com/EdicionImpresa/EjemplaresAnteriores/BusquedaEjemplares.asp?numnota=254693&fecha=08/01/2003> y también de la siguiente dirección <http://www.elimparcial.com/EdicionImpresa/EjemplaresAnteriores/BusquedaEjemplares.asp?numnota=261066&fecha=18/02/2003>

Por otra parte, y con relación a los medios de información mexicanos en general, han estado acostumbrados a la contratación de publicidad gubernamental en sus páginas, ya que los diferentes niveles de gobierno tienen presupuesto anual para destinarlo a la difusión de sus políticas públicas. El caso de Sonora y de otros estados de la república, como el vecino estado de Baja California, no son la excepción y los periódicos reclaman trato igualitario en la distribución del gasto publicitario oficial.

En ese sentido, *El Imparcial* también ha librado batallas mediáticas para influir en el sistema político y así obtener publicidad o que la repartición oficial de la misma sea en forma equitativa. En el año 2000 y 2002 denunció al gobierno de Sonora y al de Baja California, al primero por destinar montos cuantiosos de publicidad a un sólo periódico local de la competencia, mientras que en el segundo caso reclamó un trato justo en la entrega de publicidad gubernamental.

El 10 de noviembre de 2000, *El Imparcial* denunció en sus páginas al gobierno de Sonora, encabezado por el gobernador Armando López Nogales, de haber desviado al periódico *El Independiente* de Hermosillo un monto de 13 millones 800 mil pesos en un lapso de tan solo diez meses. *El Imparcial* afirmó que al menos 17 cheques, con ese monto financiero, fueron girados de septiembre de 1999 a julio de 2000 por el gobierno del Estado a la empresa Editora La Voz de Sonora, responsable de la edición del periódico *El Independiente*. Al día siguiente, mantuvo la noticia en su primera plana y señaló que el gobernador había declinado emitir comentarios al respecto, pero que el Congreso de los diputados locales había recibido la solicitud de investigar tales desvíos de recursos públicos (*El Imparcial*, 10 y 11/11/2000).

Ante tales cuestionamientos, el diario *El Independiente* le respondió el 16 de noviembre de 2000: “no imaginamos que nuestra presencia y crecimiento habría de sacar reacciones de tan bajo nivel como las de *El Imparcial* en los últimos días [...] Todos sabemos que *El Imparcial* ha hecho del ataque a todas las acciones de gobierno una línea editorial que le ha atraído ganancias económicas, sin embargo esa obsesión dolosa no debería derivarse a una empresa como la nuestra que se ha manejado con respeto invariable a todos los medios que lo merecen” (*El Independiente*, 16/10/2000). Derivado de la fuerte crisis económica que arrastraba, luego de las denuncias hechas por *El Imparcial*, el periódico *El Independiente* se vio obligado algunos meses después, el 31 de agosto de 2001, a clausurar definitivamente sus instalaciones y a liquidar a los últimos 60 trabajadores, de un total de 150 que laboraban en los últimos meses y que habían sido despedidos en forma gradual (*Crítica*, 31/08/2001).

En cuanto al Estado de Baja California, *La Crónica* de la capital bajacaliforniana de Mexicali, al igual que el diario *Frontera* de Tijuana y *El Imparcial* de Hermosillo, denunciaron el 21 de octubre de 2002 que el gobernador de esa entidad federativa, Elorduy Walter, mantenía una política de “cerrazón” ante tales medios impresos, al no concederles entrevistas el mencionado gobernante, así como también había ordenado un bloqueo oficial publicitario.

El bloqueo también ha sido publicitario como lo indica el hecho de que entre septiembre y lo que va de octubre sólo han hecho 7 publicaciones en *La Crónica* contra 24 del periódico *La Voz de la Frontera*, competidor en la plaza. Pero las publicaciones no sólo han sido más en medios de la competencia, sino que los enviados a *La Crónica* son de menores dimensiones. Además de ello el suplemento relativo al Primer Informe del Gobierno del Estado se insertó en todos los periódicos, excepto en *La Crónica* (*El Imparcial*, 21/10/2002).

Los periódicos no sólo influyen en el sistema político, sino también en el sistema económico, pero también son influidos por los grupos de presión de ambos sistemas, como se ha descrito anteriormente sobre las presiones de actores políticos que reaccionaron en contra de los contenidos difundidos por *El Imparcial*.

En el caso de los grupos económicos de presión, dicho periódico hermosillense también las ha resentido en distintas etapas de su desarrollo como empresa editora. Por ejemplo, cuando *El Imparcial* comenzó a incluir publicidad en sus páginas de los comercios de la ciudad de Tucson, Arizona, Estados Unidos, donde los sonorenses acostumbran a viajar y a realizar sus compras en el extranjero, los “representantes de los grandes comercios de la región” de Sonora boicotearon del 6 al 11 de enero de 1974 y le retiraron su apoyo y la publicidad comercial local al periódico.

El presidente del diario *El Imparcial*, José Alberto Healy admitió que lo visitaron los comerciantes de las familias de empresarios locales apellidados Mazón, Valenzuela y Gutiérrez, y le advirtieron que:

Si continuaba publicando esos anuncios de Tucson ellos me iban a retirar los suyos de aquí. Mi reacción fue indicarles que si querían quitarla, que la quitaran, pero que no accedería a rechazar los anuncios del comercio americano (*Primera Plana*, 6/03/1992).

El desenlace ocurrió cuando el presidente de la Cámara Nacional de Comercio (Canaco) en Hermosillo, Arnoldo Moreno Camou, remitió una carta al periódico para “participarle la gran satisfacción” de que se hubiera solucionado el referido conflicto entre un grupo de sus comerciantes asociados y esa empresa editorial (*El Imparcial*, 13/01/1974), que implicó que *El Imparcial* continuara con la inclusión en

sus páginas de publicidad sobre negocios comerciales y de servicios de Tucson, Arizona, Estados Unidos.

3.4 La innovación tecnológica del diario impreso

En los apartados anteriores se ha descrito, a grandes rasgos, la evolución que ha tenido *El Imparcial* en varias décadas, básicamente tomando como hilo conductor el control de su propiedad, desde su creación el 1 de mayo de 1937, entre quienes figuró su fundador José Abraham Mendívil Rincón, hasta su ulterior venta en abril de 1942 a José S. Healy Brennan, que a su vez lo heredó a su hijo José Alberto Healy Noriega en la década de los sesenta del siglo XX. Este último, José Alberto, sentó las bases para la consolidación y expansión de la empresa editora, dejándola en manos de sus hijos José Santiago y Juan Fernando Healy Loera, los cuales han continuado con la actividad periodística tradicional de dicha familia sonoreense.

El presente apartado se centra en la incorporación al periódico *El Imparcial* de las diferentes tecnologías para producir y distribuir sus ejemplares de papel, desde que fue fundado en 1937 hasta la renovación de su presidencia y dirección general, ocurrida a principio del siglo XXI¹¹³.

En sus albores la empresa utilizó las llamadas prensas planas para imprimir sus páginas de papel, posteriormente, en el año de 1970, se modernizó ese proceso con la compra de maquinaria offset, mientras que en la década de los años

¹¹³ La historia de la posterior incursión de *El Imparcial* en la web se describe y explica en el siguiente capítulo IV del presente trabajo de tesis doctoral, dedicado por completo a dicha temática. Con respecto a la adopción de las plataformas móviles en el citado diario hermosillense, se expone en el capítulo V, buscando con ello respetar la cronología histórica de su evolución tecnológica.

ochenta del siglo XX integró en forma gradual la tecnología electrónica en sus diversas áreas de trabajo, como la redacción, administración, comercialización y la de impresión. Sin embargo, para lograr el desarrollo y consolidación como empresa periodística, no sólo requirió la modernización tecnológica, sino también una transformación organizacional en sus distintas áreas de trabajo.

Para explicar la evolución tecnológica de la producción y distribución de noticias de *El Imparcial* en su plataforma de papel, se tomó en cuenta cómo ha sido la formación de sus páginas y cómo se han impreso esas planas ya terminadas. El primer rubro corresponde a la composición tipográfica y el segundo se refiere al acabado en prensa.

Como el antecedente más antiguo sobre la composición tipográfica y la tecnología de impresión utilizada por *El Imparcial*, se encontró que ambas actividades de edición se realizaron en 1937 en los talleres de la Cooperativa de Artes Gráficas J. Cruz Gálvez S.C.L., que era propiedad en ese año de una asociación colectiva de trabajadores dedicada a ofrecer sus servicios de impresión al público, ya fueran publicaciones periódicas o de otro tipo, como fue el caso de José Abraham Mendivil Rincón y sus socios, que eran los poseedores de la cabecera del mencionado diario.

En la década de los años cuarenta del siglo XX, los talleres de dicha cooperativa de trabajadores contaban con una rotativa plana *Goss Comet* para imprimir los periódicos de formato grande, de 8 páginas y de 8 columnas, con 12 cuadratines cada columna, así como también para periódico tamaño tabloide de 16 páginas, con una velocidad de 4 a 5 mil ejemplares por hora, los cuales ya salían recortados, doblados y contados (*El Imparcial*, 28/11/1946). Al respecto, Fernando

Gallardo Félix, quien se desempeñó como linotipista desde los inicios de *El Imparcial*, describe cómo se hacía la composición tipográfica de sus páginas tamaño estándar o grande:

Teníamos que hacer las planas con piezas de plomo; era el sistema caliente. Luego de colocar las letras en la plana, se acuñaban y posteriormente se levantaba el plomo para entintarse, se hacía una prueba con una hoja blanca sobre el texto para corregir errores (*El Imparcial*, suplemento 50 aniversario, 01/05/1987).

Después de la composición tipográfica de las planas, éstas tenían que ser colocadas en la prensa para iniciar la impresión de cada pliego de papel, función que desarrollaba Miguel Ojeda Saucedo, quien era ayudante de la imprenta a mediados de los años cincuenta del siglo XX, cuando la maquinaria de la cooperativa de la Cruz Gálvez había sido adquirida en 1955 por la empresa privada encabezada por José Healy Brennan. Según se desprende del relato retrospectivo del trabajador Miguel Ojeda, imprimir el periódico en la mencionada prensa era una odisea:

Era muy vieja y por tanto era más el tiempo que pasábamos sin ella que con ella trabajando [...] recuerdo que al principio imprimíamos con el tipo de imprentas en que tu metes y sacas la hoja para imprimir una sola cara (*El Imparcial*, suplemento 50 aniversario, 01/05/1987).

Esas condiciones de maquinaria desgastada y con continuas fallas se prolongaron durante más de dos décadas, hasta que el 7 de agosto de 1970 fue desechado el equipo obsoleto para editar el periódico, sustituyéndolo por una moderna rotativa offset adquirida en Chicago, Illinois, Estados Unidos, a la empresa Miehle Goss Dexter American Company. Junto con la prensa Goss comprada, modelo *Community*, se creó un departamento de fotomecánica, que sustituyó la composición tipográfica de sistema caliente, que había sido utilizada y descrita, en

párrafos anteriores, por el trabajador Fernando Gallardo Félix. La nueva prensa tenía capacidad para imprimir 20 mil ejemplares por hora y en color. Con la adquisición de la rotativa offset, *El Imparcial* se colocó a la vanguardia tecnológica en la impresión del diario en Sonora (Healy, 1997:24-25), aunque en Estados Unidos 80 de cada 100 periódicos ya se editaban en 1970 con ese sistema, en tanto que en ese mismo año en Dinamarca, Suecia, Finlandia y Noruega 69 periódicos contaban con el offset, de un total de 454 diarios registrados en los mencionados países. El offset tuvo una gran aceptación a nivel internacional como sistema de impresión de periódicos debido al uso de planchas litográficas de aluminio montadas en rotativas, que combinaban de uno a seis colores, presentando mayor flexibilidad para el montaje de las páginas en papel ordinario¹¹⁴ (Martín *et al.*, 1993:40-41).

Durante la década de los años setenta, los directivos de *El Imparcial* continuaron su proceso de modernización tecnológica con la compra, en septiembre de 1978, de una nueva unidad tricolor para la prensa Goss Community, la primera en su género en el país, que proporcionaría mayor calidad a su impresión. A José Alberto Healy, como presidente y editor, le correspondió incorporar el sistema offset a la producción del periódico, al igual que los ordenadores al proceso de producción del periódico, durante la década de los años ochenta, ya que se modernizaron sus equipos y técnicas de impresión, así como implantaron los sistemas electrónicos en administración, producción, publicidad y redacción.

¹¹⁴ La prensa offset traslada indirectamente la imagen y texto, tomándolos de un rodillo recubierto con una mantilla de caucho (no de la plancha) al papel (Karch, 1995:271).

En el año de 1981, dicha empresa periodística incorporó los ordenadores (computadoras) en su sala de redacción, el sistema de corrección y fotocomposición “lo que agilizó enormemente el proceso de elaboración del periódico”. En el año de 1986, el diario hermosillense adquirió el sistema de computación Atex, con el propósito de procesar toda la información, a través de los ordenadores, que llegaba vía télex, teléfono o satélite, colocándose *El Imparcial* “a la vanguardia de los diarios mexicanos”. El nuevo sistema propició que por primera vez se recibiera la información de los corresponsales a través de una PC portátil de marca *Radio Shack* que se enlazaba vía telefónica (Healy, 1997:36-41).

En una entrevista concedida el 1 de mayo de 1987, el presidente de *El Imparcial*, José Alberto Healy, al referirse al desarrollo de la actividad periodística en México, reconoció que “la generalidad nos hemos beneficiado con los notables avances de la tecnología y la comunicación” (*El Imparcial*, suplemento 50 Aniversario, 1987). Toda esta estrategia innovadora tuvo su coronación el 19 de mayo de 1989, con la adquisición de una nueva rotativa *Goss Urbanite* con capacidad para imprimir hasta 50 mil ejemplares por hora, a todo color y con una edición de 48 a 64 páginas en un solo tiro (Healy, 1997:36-41).

Al iniciar la década de los años noventa del siglo XX, la presidencia y dirección general de *El Imparcial* se propusieron además, como meta, alcanzar la paginación completa con el sistema electrónico, es decir la captura, formación e impresión en negativos de las páginas del periódico impreso. La idea de mantenerse actualizado en materia tecnológica, también fue compartida por el director general de la empresa, José Santiago Healy, quien sostuvo que *El*

Imparcial ha procurado ir a la vanguardia en la tecnología de la industria periodística, “habida cuenta que los adelantos técnicos mejoran la productividad, la calidad y el nivel de satisfacción de los clientes y el personal” (Healy, 1997:67). A partir de abril de 1996 todas las páginas de *El Imparcial*, incluyendo la publicidad y las fotografías, se procesaron en forma electrónica (Healy, 1997:67).

Luego de haberse efectuado la impresión de los ejemplares del diario *El Imparcial*, estos eran comercializados básicamente a través de las redes físicas de distribución, proceso en el cual incluía su transporte por vía terrestre, con destino a los puntos de venta (kioskos y tiendas de autoservicio, entre otros) de Hermosillo y otras ciudades de Sonora, así como también la entrega a los voceadores para su venta directa en la vía pública y su reparto domiciliario vía las suscripciones de los lectores.

3.5 El modelo de negocio del periódico y la reorganización empresarial

El Imparcial, desde su fundación en 1937 como diario impreso, comenzó con su modelo de negocio monoplataforma, de tipo publicitario, de venta de suscripciones y directas al público lector, a través de las redes físicas de distribución de sus ejemplares de papel. Dicho modelo monoplataforma se mantuvo sin cambios notorios hasta principios de la década de los noventa del siglo XX. En cuanto al tipo de modelo de negocio publicitario, el director general de dicho periódico, José Santiago Healy (1997:107), destacó su importancia para tal empresa periodística:

La publicidad ocupa un lugar casi tan importante como la información. Sin publicidad un diario no puede alcanzar su independencia económica, pero además hoy en día una publicación sin anuncios e información comercial como los clasificados resulta aburrida y poco atractiva.

Healy Loera consideró también que “los diarios han estado dormidos durante años pensando sólo en los costos y descuidando sus mercados”, mientras que “hoy en día la lucha por el mercado publicitario es encarnizada”, ya que la televisión y la radio ofrecen *ratings*, descuentos espectaculares y segmentan muy bien a su público (Healy, 1997:77). Admitió además que “muchos factores” contribuyeron a que, durante los ochentas y parte de los noventas, fuera imposible romper la barrera de los 30 mil ejemplares diarios de venta de *El Imparcial* de papel, ya que las cifras promedio al día fueron de 28.248 ejemplares al cierre de 1990. En ese contexto, el mencionado directivo del periódico impreso manifestó:

Se entendió además que había que romper con viejos paradigmas administrativos que hablaban de menor tiraje, menor costo y por ende mayor rentabilidad. Esta teoría funcionó en algunos diarios mientras no hubo competencia ni tampoco la exigencia de los anunciantes por una circulación certificada (Healy, 1997:76).

A principios de la década de los años noventa del siglo XX, los directivos de *El Imparcial* detectaron que la modernización de su maquinaria no era suficiente, por sí misma, para propiciar una mejor forma de trabajo en las diversas áreas y lograr mayor productividad y eficiencia. Decidieron entonces realizar una reorganización y transformación “de fondo” en el diario, para lo cual se contrató a una empresa consultora externa especializada. José Santiago Healy Loera describió las circunstancias en que se encontraba el diario en 1991, que él y su padre José Alberto Healy Noriega encabezaban como director general y presidente, respectivamente:

De una empresa familiar que había sido dirigida bajo el estilo gerencial tradicional durante varias décadas, *El Imparcial* se veía obligado a transitar hacia un nuevo sistema de organización más profesional, participativa, flexible y competitiva a niveles internacionales (Healy, 1997:43).

Como parte de la estrategia de reorganización y modernización de dicha empresa periodística, los directivos contrataron a Aurelio Flores, representante de la empresa consultora *Analítica*, quien consideró que dicho periódico había decidido realizar “un cambio profundo en su cultura y forma de operar, buscando una fórmula que le diera competitividad y un posicionamiento menos vulnerable a las fuerzas del poder”. A fin de alcanzar su objetivo se reunieron varias veces del 1 al 3 de septiembre de 1991, encuentros en los que participaron el director general, los gerentes, jefes, supervisores y empleados claves de los diversos departamentos, y cuyo diagnóstico evidenció que *El Imparcial* se encontraba en “una fase crítica de su historia que amenazaba el futuro de la empresa”, pese a su liderazgo periodístico regional y a los resultados positivos obtenidos en ventas y rentabilidad hasta ese periodo (Healy, 1997:45). En dicho diagnóstico quedó asentada su problemática como organización empresarial, tanto en el rubro publicitario y de comercialización de sus ejemplares como el rubro de la redacción de *El Imparcial*. Para conocer lo que opinaban los lectores y los representantes de empresas publicitarias y anunciantes directos, se efectuaron reuniones con ellos y se les preguntó sobre sus necesidades e ideas para mejorar.

Mediante un diagnóstico y la realización de un panel con representantes de agencias publicitarias y de anunciantes directos, se detectó que estos demandaban lectores garantizados, a través de la verificación confiable de sus tirajes; que se garantizara servicio y calidad en impresión de anuncio; precios competitivos en las tarifas; mejor material editorial y un formato que ofreciera valor a los comerciales; que se les otorgara asesoría completa y efectiva; y la creación

de secciones especiales que agruparan a los anunciantes, entre otros aspectos (Healy, 1997:51).

Con relación al diagnóstico y planteamientos de la plantilla del diario, sus conclusiones quedaron asentadas de la siguiente manera:

- a) La organización registra fuertes presiones externas y opera bajo “actitudes de prepotencia, parcialidad, aristocracia y un moralismo que no todos comparten”;
- b) Se ha formado “un clima de lucha por el poder, intrigas, favoritismo e incumplimiento de compromisos que han llevado a una estructura débil y anárquica”; y
- c) Dicho ambiente laboral “motiva una línea editorial imprecisa, falta de planeación, decisiones afectadas por intereses particulares, poco participativas, y con poco apertura a innovaciones” (Healy, 1997:48).

Este entorno de trabajo adverso, según el citado resultado del diagnóstico organizacional de *El Imparcial*, ha “matado la creatividad, creado una desatención del cliente, bajado la calidad del producto y permitido que se coloque personal inadecuado en algunos puestos”, además de que en el ámbito periodístico se observa “poca profundidad en la información, trabajo mediocre, entrega tardía de la información y poca coordinación entre las áreas y personas, así como poco desarrollo del talento y la destreza”.

Todo esto ha llevado a a.) Una corrupción periodística y profesional, irresponsabilidad, indisciplina, negligencia, temor a los jefes y alta rotación del personal; b.) Pérdida de credibilidad y desinterés del lector, quejas de clientes, baja productividad y derroche de recursos (Healy, 1997:48-49).

Ante esa problemática detectada en el diagnóstico, la empresa editora de *El Imparcial* solicitó a todos sus trabajadores la renuncia a sus cargos con el

propósito de contratar “sólo gente capaz en cada puesto” y facilitar que los empleados seleccionaran “la actividad que más le gustaría ejercer”, además de que la empresa también adoptó medidas inmediatas que demandaban los lectores, las agencias publicitarias y los anunciantes directos, así como también definió su misión, una línea editorial y una lista de valores para su personal (Healy, 1997:54).

Para dar respuesta a los requerimientos de las agencias publicitarias y los anunciantes directos, en torno a mediciones confiables sobre los tirajes de *El Imparcial*, el mencionado periódico obtuvo su ingreso el 29 de mayo de 1992 al Instituto Verificador de Medios (IVM)¹¹⁵ y en marzo de 1994 dio a conocer por primera vez su circulación certificada. De acuerdo con dicha auditoría, la circulación pagada de *El Imparcial* fue de 33.150 ejemplares diarios (Healy, 1997:66).

Asimismo, con fines publicitarios, se creó una dirección de Ediciones Especiales, para la producción de suplementos sobre temas relacionados con el equipamiento del hogar, de los automóviles y de educación, entre otros, encaminada a cubrir las necesidades de los anunciantes directos y de agencias publicitarias, “en materia de secciones especializadas que no eran cubiertas por el Departamento de Publicidad” y que “competiría al tú por tú con el Departamento de Publicidad” (Healy, 1997:56,65).

¹¹⁵ En noviembre de 1990 fue creado el Instituto Verificador de Medios, A.C., como una entidad sin afán de lucro y con el único fin de dar autenticidad a la circulación de publicaciones, brindando de esta manera “seguridad y confianza a la industria publicitaria de México”, mediante la realización de auditorías y difusión de su circulación. Integran dicho organismo agencias de publicidad, anunciantes y editores de periódicos y revistas. Recuperado de <http://www.ivm.com.mx/index.htm>

Con respecto al área administrativa, la empresa editora de *El Imparcial* creó los denominados “Libros Azules” que consistieron básicamente en una herramienta de medición contable.

Esta herramienta de medición contable forma parte del sistema de Analítica y consiste en dividir a la empresa en centros de costos y de utilidad de tal manera que se puede identificar con mucha facilidad cuando un departamento gastó más de lo presupuestado o sencillamente si obtuvo número negros o rojos (...) Con los libros azules todas las áreas de *El Imparcial*, por pequeñas que fueran, tuvieron mensualmente su medición contable. De esta forma sabían si su departamento estaba cumpliendo con su presupuesto de ventas, gastos y costos, además de sus índices de rentabilidad (...) En la página 64 presentamos un ejemplo de un reporte mensual sobre una de las secciones del periódico. Ahí se puede ver con bastante claridad cuáles fueron sus entradas por publicidad local, regional, nacional y del extranjero, así como sus salidas en sueldos, transporte, viajes, apoyos a redacción, materiales, renta de espacio, comunicaciones, corresponsalías, agencias fotográficas, producción, etcétera” (Healy, 1997:62-63).

Como un reflejo de su proceso de modernización tecnológica, iniciado en la década de los años setenta y continuado en los ochenta del siglo XX, así como también por el hecho de haber arrancado la transformación de su estructura organizacional y de contenidos a principios de la siguiente década, los tirajes de *El Imparcial* impreso se incrementaron 25 por ciento en el lapso de cuatro años, al pasar de un promedio de 28 mil 248 ejemplares diarios vendidos en 1990 a 35 mil 417 ejemplares diarios pagados en promedio en el año de 1994, lo que representó un incremento de 7 mil 169 ejemplares más al día. Históricamente, la mencionada cabecera no había podido rebasar la barrera de venta diaria de 30 mil ejemplares en la década de los años ochenta y parte inicial de los noventa. Los reportes de ejemplares vendidos en el año de 1991 alcanzaron la cifra de 30 mil 64 ejemplares diarios, mientras que en 1992 fue de 32 mil 287 copias cada día y en 1993 subió a

33 mil 150 diarios (Healy, 1997:66-78). El director general de *El Imparcial* tenía claro que la distribución y venta de un diario “es para una empresa periodística lo que el sistema de circulación es para el ser humano”, por lo que se podría elaborar un buen periódico pero si sus ejemplares no pudieran ser entregados cada día a tiempo, a un precio razonable y en lugares accesibles para el lector, “esa publicación estaría destinada al fracaso” (Healy, 1997:76). Por ello, dicha empresa periodística amplió su red física de servicio de suscripciones y promovió entre sus redactores, editores y publicistas una campaña de promoción para incrementar su circulación, mediante la creación del Club de Suscriptores, que ofrecía a los lectores una tarjeta para obtener descuentos en 200 empresas de Sonora, al igual que otras promociones “de distintas especies que anteriormente estaban vedadas porque habría el temor de que el público pensara que la circulación andaba de picada” (Healy, 1997:77).

Tanto los redactores como editores y publicistas se hicieron más conscientes de la importancia del tiraje y fue así que empezaron a colaborar en esta tarea ya sea con reportar quejas de lectores o con sugerencias para promover el diario (Healy, 1997:77).

En cuanto a las demandas expuestas por los lectores habituales de *El Imparcial*, este medio impreso les respondió y asumió explícitamente como su misión el “compromiso con la comunidad para promover los cambios más urgentes para su desarrollo” y estableció diez puntos como su línea editorial que, a su vez, le permitirían clarificar su actividad y misión periodística:

- 1) Sólo información confiable, muy clara y de alto interés
- 2) Compromiso con las necesidades de la comunidad
- 3) Respetar y no dañar a las personas e instituciones

- 4) Cumplir lo prometido
- 5) Convertirse en un vehículo efectivo de diálogo
- 6) Apertura a todas las corrientes de opinión
- 7) Excelencia en el periodismo elemental
- 8) Responder y comprometerse con los males que aquejan a la comunidad
- 9) Promover y orientar el mejoramiento individual y de la sociedad
- 10) Personal profesional (Healy, 1997:53).

Durante las reuniones de evaluación surgieron además propuestas para promover los nuevos valores humanos y profesionales de su plantilla, que fueron acordes con la futura estrategia organizacional de la empresa, a los cuales nombraron como “genes” y que quedaron plasmados en diez puntos:

- 1) Sensible a la problemática social y de la empresa
- 2) Que agregue valor a su actividad
- 3) Trabajo en equipo
- 4) Profesionalismo
- 5) Leal a la institución y no al individuo
- 6) Comprometido
- 7) Honestidad
- 8) Espíritu de servicio, sin prepotencias ni amiguismos
- 9) Apertura hacia todos
- 10) Confidencialidad (Healy, 1997:54)

Además, en el caso de la redacción, se introdujo en la empresa un sistema de productividad y medición de resultados, denominado el *Libro Negro* del editor, el reportero y fotógrafo, que contenía el rol de funciones del puesto de cada quien y las anotaciones de su actividad. El *Libro Negro* estableció como compromisos un número determinado de notas exclusivas y de “golpe” a la semana, informaciones

“extras” de gran interés dentro y fuera de la fuente, todas las fotografías identificadas, cierre a tiempo, y la disponibilidad las 24 horas los 365 días del año, entre otros aspectos (Healy, 1997:57-60).

Como parte de la nueva estrategia, la presidencia y dirección general encabezarían el organigrama, pero la estructura de la organización registró varios cambios, entre ellos, la división del Departamento de Redacción en dos direcciones. A la primera dirección se le asignó la coordinación de las secciones de información general (Local, Nacional, Internacional y Finanzas), mientras que a la segunda dirección se le encargó la información blanda (Vida Cultural, Deportes, Espectáculos y Suplemento Dominical), al igual que las áreas de apoyo como fotografía, encuestas, archivo, diseño gráfico, traducción e investigación.

Empero, no todas las propuestas y acciones ejecutadas dentro de la nueva estructura organizacional tuvieron éxito o se mantuvieron, como se habían ideado originalmente, ya que por “razones presupuestales” y la crisis económica que afectó a México en el año de 1994 “algunas áreas fueron fusionadas”, por ejemplo, las dos direcciones que se habían creado en el Departamento de Redacción (Healy, 1997:56).

Una de las innovaciones organizacionales que tuvo mayor impacto, implementada en noviembre de 1994, fue la creación de la Dirección de Tecnología en dicho periódico, cuya finalidad consistió en concentrar a los distintos departamentos de sistemas -administración y redacción- y hacerse cargo de *Índices*, la empresa filial de *El Imparcial* que se había constituido en 1992 para prestar el servicio de acceso a Internet y el diseño de páginas, así como la transmisión en línea de

información especializada en finanzas¹¹⁶. Con esa experiencia obtenida en el ámbito de la informática y de la red de redes, *El Imparcial* se preparó para incursionar en el llamado ciberperiodismo, ya que su director José Santiago Healy consideró que la aparición, desarrollo y expansión de Internet abriría a los diarios impresos “una oportunidad histórica”, ya que la prensa mantenía la delantera sobre el resto de los medios para ingresar en el ciberespacio, porque el gremio periodístico impreso ha tenido una ventaja: “son especialistas en el manejo de la información, saben seleccionarla, editarla y clasificarla mejor que los periodistas de la radio y televisión” (Healy, 1997:108).

Con la innovación tecnológica, la reorganización administrativa y de la redacción, la empresa editora de *El Imparcial* en papel pudo incursionar en el mes de agosto de 1995 en la World Wide Web, a la par de otros diarios de Estados Unidos, Europa y de la Ciudad de México.

¹¹⁶ El 14 de enero de 1999 se firmó la alianza *Índices-Infosel*, cuyo director general de esta última empresa de Monterrey, Nuevo León, México, Arturo Galván, informó que en ese año un millón de personas consultaban *Infosel* en México y que pretendía que el país se fortaleciera con la Internet, lo cual se lograría “gracias a los esfuerzos conjuntos de los aliados como *Índices*” (*El Imparcial*, 15/01/1999).

Figura No. 13
Cronología general del desarrollo de la empresa editora de *El Imparcial*

1937	José Abraham Mendívil funda <i>El Imparcial</i>
1942	José S. Healy Brennan compra <i>El Imparcial</i> a Abraham Mendívil
1955	José S. Healy crea la empresa editora <i>Impresora y Editorial S.A.</i> y lanza el nuevo periódico <i>El Regional</i> en Hermosillo
1957	Adquiere <i>El Informador del Mayo</i> de Navojoa, Sonora
1961	Se retira José S. Healy y lo sustituye su hijo José Alberto Healy
1965	Vende <i>El Informador del Mayo</i>
1968	Muere José S. Healy en Los Ángeles, California, Estados Unidos
1970	José Alberto Healy adquiere una moderna imprenta Offset
1973	Clausura <i>El Regional</i> por baja venta de publicidad y ejemplares
1990	Compra <i>La Crónica</i> de Mexicali
1991	Inicia el proceso de reorganización empresarial de <i>El Imparcial</i>
1995	Lanza su primera edición en la web denominada <i>imparnet</i>
1997	Fallece José Alberto Healy y lo sustituye su hijo José Santiago Healy Loera
1998	Constituye la empresa <i>Editores del Noroeste S.A. de C.V.</i>
1999	Crea la versión web denominada <i>imparmexico.com.mx</i> y funda el diario <i>Frontera</i> en Tijuana
2001	Lanzan las ediciones <i>elimparcial.com</i> y <i>lacronica.com</i> , con las cuales sustituye a <i>imparmexico</i>
2003	José Santiago Healy renuncia a la presidencia y dirección general y lo sustituye su hermano Juan Fernando Healy Loera. Se lanza la edición web <i>frontera.info</i>
2007	Abre a los usuarios el espacio <i>Reportero Ciudadano</i> en la web
2009	Crea sus cuentas en Facebook, Twitter y Youtube
2010	Lanza sus aplicaciones móviles de noticias para iPhone y iPad
2011	Crea el semanario <i>Frontera San Diego</i> en San Diego, Estados Unidos
2012	Funda <i>Frontera Ensenada</i> en el Puerto de Ensenada, Baja California
2013	Lanza la edición web <i>fronteraensenada.info</i>

Figura: elaboración propia

CAPÍTULO IV. LA DISTRIBUCIÓN DE NOTICIAS DE *ELIMPARCIAL.COM*

Desde la perspectiva de la distribución de noticias, la prensa industrial mexicana, ha sido clasificada como prensa industrial impresa (1916-a la actualidad), prensa industrial web (1995- a la actualidad) y prensa industrial móvil (primera década del siglo XXI a la actualidad). Dicha matriz del desarrollo de la prensa industrial mexicana quedó subdividida de esa manera en la figura No.3 del presente trabajo de tesis doctoral, que se encuentra en el apartado de anexos.

La prensa industrial impresa cuenta con sus redes físicas y virtuales de plataformas de distribución de noticias. Dentro de las primeras, las redes físicas de distribución de noticias, figuran las entregas de periódicos ejemplares de papel en los domicilios, en las tiendas de autoservicio o kioskos y de los voceadores a los lectores en la vía pública. Con respecto a las redes virtuales de distribución de noticias, identificamos a las plataformas de la web y de las aplicaciones móviles, principalmente. Las redes virtuales corresponden a la tecnología digital y requieren de sistemas y programas informáticos para operar. En la prensa industrial actual funcionan ambos tipos de redes de distribución de noticias, las físicas y las virtuales, de las cuales, estas últimas, están adquiriendo mayor presencia en las audiencias.

Como parte de la exposición del presente trabajo, en el anterior capítulo III se abordó el origen y desarrollo de la edición impresa de *El Imparcial*, mientras que en el presente capítulo IV se analiza el caso de la plataforma web del citado periódico, en tanto que la plataforma móvil se trata en el siguiente capítulo V.

El ciberperiodismo es la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para la investigación, la elaboración y, muy especialmente, la difusión de contenidos periodísticos, según lo definen Díaz Noci y Salaverría (2003:17).

En este caso, *El Imparcial* ha desarrollado el periodismo impreso desde su fundación en el año de 1937 hasta la actualidad y, sobre la base de dicho proceso productivo y de modelo de negocio, realizado en la plataforma de papel y tinta, incursionó en el ciberespacio en agosto de 1995 para impulsar y desarrollar la distribución de noticias en Internet.

El autor Pablo Boczkowski (2006) explica que la incursión de los medios en la web ha tenido tres formas diferentes de práctica ciberperiodística, acorde con la producción y distribución del contenido en su sitio en Internet: la *reutilización*, la *recombinación* y la *recreación*.

La reutilización (*shovelware* en idioma inglés) se refiere a la práctica de tomar información generada originalmente para la edición impresa del diario y, sin haber sido modificada, se procede a transmitirla en el sitio web. La reutilización se registró con mayor frecuencia en la etapa inicial del ciberperiodismo en Estados Unidos, Europa y Asia, donde en junio de 1996 se reportó que la mayoría de los periódicos en la red sólo reproducían la información de la versión impresa en su sitio de Internet, con pocos cambios, como el hecho de colocar “palabras clave en color azul que ofrecen a los lectores enlaces hipertextuales a notas más detalladas” (Boczkowski, 2006: 82-83).

El otro tipo de práctica ciberperiodística consiste en la recombinación, que se refiere a la toma de algunos contenidos generados inicialmente para la edición impresa y que se les da una utilización mayor en la web, complementándolos con

nueva información o similar, agregándoles nuevas funcionalidades relacionadas con la personalización, el archivo de ediciones anteriores, los anuncios clasificados, entre otros aspectos. La práctica ciberperiodística de la recombinación es más avanzada con respecto a la reutilización, porque la primera implica la toma de contenidos de la versión impresa, pero vaciados en un entorno y recursos adaptados a los usuarios de Internet.

La tercera práctica ciberperiodística la representa la recreación, consistente en proveer a sus usuarios contenidos desarrollados en forma especial o exclusiva para su sitio web. Esta última era una práctica menos generalizada en 1999, pero que ya mostraba una tendencia creciente. Esta práctica recreacional incluye la actualización de la información durante el día, los temas especiales y originales de los periodistas y los contenidos generados por los usuarios, entre otros aspectos (Boczkowski, 2006:85-94). A lo anteriormente expuesto por el citado autor, cabría añadir a la práctica recreacional actual la inclusión de videos, imágenes, audio, la función de compartir en las redes sociales, es decir, de los contenidos multimedia e interactivos destinados a los cibernautas.

La generalidad de los cibermedios actuales, en mayor o menor grado, desarrollan simultáneamente algunos de los aspectos de las prácticas de reutilización, recombinación y de recreación en sus sitios web. Sin embargo, la práctica inicial de la prensa impresa en la web fue predominantemente de reutilización de sus contenidos originales de la edición impresa, representando una actividad ciberperiodística básica, en contraste con las otras dos prácticas que implican más inclusión de recursos y un entorno multimedia, sobre todo la práctica de la 'recreación'.

4.1 El ciberperiodismo en Estados Unidos y Europa

El periódico *Palo Alto Weekly* de California, Estados Unidos, habría sido el primero en publicar con regularidad en la web a partir del 19 de enero de 1994 (Carlson, 2003:49-50; Boczkowsky, 2006:64; López et al., 2013:10).

En el *Timeline* de su sitio en Internet, *Palo Alto Weekly* (1994) se ostenta, a su vez, como el primer periódico en publicar la totalidad de su contenido editorial en la web. Dicho medio incluía las noticias en cada número de su web, además de los horarios de películas, reseñas de restaurantes, transacciones inmobiliarias, las ediciones que publicaba y también disponía de un motor de búsqueda mediante el uso de palabras claves, mientras que el acceso al sitio era gratuito y se actualizaba dos veces por semana, los días martes y jueves.

El editor de *Palo Alto Weekly*, William S. Johnson (1994), dijo pocos días después del lanzamiento de su página al ciberespacio "Eventually, we believe this service will provide immense benefit to both 'readers' and advertisers", inaugurando con esa frase los primeros pasos del ciberperiodismo estadounidense.

Figura No. 14
El *Palo Alto Weekly* en la web

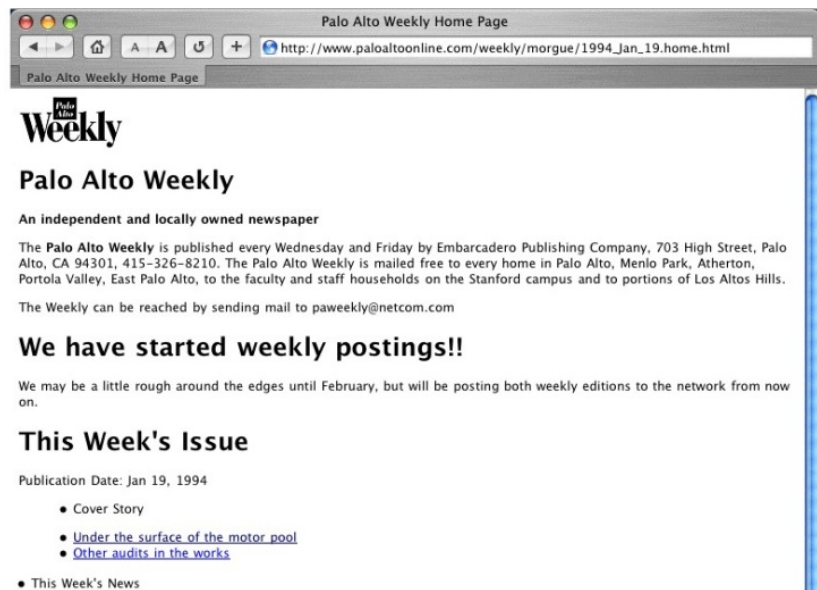


Figura: captura de pantalla

Fuente: *Palo Alto Weekly* 19/01/1994.

El auge adquirido por la World Wide Web (WWW), que fue creada en 1990, generó en pocos años una creciente aceptación por parte de los cibernautas, por ser una plataforma abierta y menos costosa, en comparación con los servicios cerrados de pago de *America Online* y *Prodigy*, entre otras empresas estadounidenses.

Los periódicos impresos estadounidenses fueron los pioneros en ofrecer, a principios de los años noventa del siglo XX, su información a través de compañías comerciales proveedoras de servicios en línea, cuyos suscriptores electrónicos pagaban una tarifa para poder consultar las noticias de los diarios, entre otros aspectos de su interés. *The Chicago Tribune* fue el primer periódico que lanzó en 1992 su versión integral en línea para los suscriptores de la compañía *America Online*. Al año siguiente, en mayo de 1993, se creó también en *America Online* el *San José Mercury Center*, de la empresa Knight-Ridder, versión electrónica del

San Jose Mercury News, “considerado uno de los paradigmas de la edición electrónica de la información en línea” (Cabrera, 2000:95). La compañía proveedora *America Online* incluía, además de la información en línea de los diarios impresos *San Jose Mercury News* y *The Chicago Tribune*, los contenidos de *The New York Times*, mientras que la otra empresa *Prodigy*, que era la competencia de *America Online*, albergaba las versiones electrónicas de los periódicos *Los Angeles Times* y *Newsday*, entre otros.

Varios periódicos estadounidenses comenzaron en 1995 a abandonar los servicios *online* de las grandes compañías proveedoras y emigraron a la web para crear sus propios sitios en la red de redes, aunque algunos se mantuvieron en ambos, como fue el caso del periódico *San Jose Mercury News* que anunció el lanzamiento de su versión en la web denominada *Mercury Center*, a través del director de su publicación electrónica de noticias, Bill Mitchell, quien dijo el 4 de febrero de 1995 a *Editor & Publisher*:

We're proud to introduce Mercury Center Web for what we view as a significant and growing audience on the Internet [...] At the same time, we are committed to continue aggressive development of our service on America Online, which we believe is the best choice for many consumers (Stein, 1995:32).

El *Mercury Center Web* actualizaba las noticias y las fotos durante el día, ofrecía la noticia completa y los textos editoriales del periódico diario, organizados por secciones, con los títulos y los resúmenes. Tenía además un buscador de anuncios y enlaces a otros sitios web en el área de San Francisco y del país, entre otros servicios (Stein, 1995:32).

El también diario californiano *Los Angeles Times* incursionó a principios de 1996 en la web, pero éste sí abandonó el servicio *online* de *Prodigy*, donde el periódico angelino se denominaba *Times Link* y tenía 21 mil suscriptores. Dicha empresa periodística acompañó su salida de *Prodigy* con un recorte del 50 por ciento de su plantilla que transmitía la versión *Times Link*, según lo declaró el editor y director ejecutivo de *Los Angeles Times*, Richard Schlosberg III. "In the rapidly evolving online world, it is important to go where the customers -- both users and advertisers -- are going", dijo Schlosberg III (Garneau, 1995:37), reconociendo con ello la importancia que había adquirido la web entre los usuarios y anunciantes.

La cantidad de ediciones web de los diarios, semanales y especializados empezaba a crecer rápidamente, al aumentar de 20 periódicos en 1994 a 471 a finales de 1995; en 1996 se alcanzaron las 1.920 cabeceras, mientras que en junio de 1997 se elevó a 3.622 títulos y, en 1998, ya ascendía a 5.731, aunque el consumo de dicha prensa en línea en ese año era "poco significativo", pero crecía en forma notable (Díaz Nosty, 1999). Del total de 5.731 títulos de publicaciones periódicas disponibles en Internet en septiembre de 1998, 2.284 cabeceras correspondían a diarios y los restantes 3.447 títulos eran periódicos semanales, quincenales y otros de información especializada. Divididas por zonas geográficas en el mundo, la región de Norteamérica mantenía su hegemonía al concentrar en septiembre de 1998 la mayor cantidad de versiones de los diarios impresos en la web, con 849 cabeceras de Estados Unidos y las 61 de Canadá; mientras que el segundo lugar le correspondió al conjunto de países europeos, incluidos Rusia y las naciones del Este, con 683 diarios; en tercer sitio se ubicaron los países del Sur y Centro de América, con 402 títulos; y en cuarto se localizó la zona de África,

Asia y Oceanía con 289 títulos. El idioma dominante en dichos medios digitales era el inglés, con 1.236 diarios editados, siguiéndole en orden descendente los periódicos en lengua española con 331 cabeceras (Díaz Nosty, 1999).

El desarrollo ciberperiodístico se encontraba diferenciado según la zona geográfica del planeta que se tratase, ejerciendo un claro dominio Estados Unidos con la mayor cantidad y calidad de ediciones de periódicos en la red, aunque en los países europeos también empezó a tomar fuerza en el año 1995, pero rezagado con respecto a la Unión Americana (Cabrera, 2000:100).

En el caso de España, los diarios *El Periódico de Catalunya* y *El Mundo* empezaron en noviembre de 1994 a ofrecer parte de sus contenidos informativos a través de Servicom, una compañía de red telemática privada que prestaba el servicio *online* de correo electrónico, descarga de archivos, foros y noticias de periódicos a los usuarios que se suscribían y pagaban una cuota de 1.200 pesetas (7,2 euros) mensuales. Servicom también prestaba el servicio de acceso a la *World Wide Web* por un precio adicional de 1.000 pesetas (6 euros), la cual se caracterizaba por ser una red libre y mundial (Salaverría, 2008:357-358). Empero, el 1 de abril de 1995 fue creada la versión digital del diario catalán *Avui*, convirtiéndose en el primer periódico impreso de información general de ese país en transmitir vía web (Díaz Noci, 1997:25); siguiéndole en orden de aparición *El Periódico de Catalunya* y *La Vanguardia* el 14 de junio de 1995; *El Diario Vasco* de San Sebastián en agosto de 1995; mientras que los diarios madrileños con vocación nacional, como *ABC*, transmitió por primera vez en la web el 20 de septiembre de 1995; en tanto que *El País* el 4 de mayo de 1996; y *El Mundo* lanzó

su versión completa en la web en septiembre de 1996¹¹⁷ (Cabrera, 2000:111-115; Salaverría, 2008:358-359). El investigador Ramón Salaverría (2008:357-358) aclara que, a pesar de que en 1994 ya había publicaciones digitales en redes privadas como Servicom o Spritel, “debe considerarse 1995 como el año inaugural propiamente dicho de las publicaciones web en España”.

4.2 Los diarios mexicanos pioneros en la red

El origen del ciberperiodismo en México, al igual que la mayoría de los grandes diarios impresos estadounidenses y europeos que incursionaron en la web, se remonta también a principios del año de 1995, correspondiéndole a *La Jornada* convertirse en el primer periódico mexicano que transmitió información en Internet¹¹⁸.

La Jornada publicó un pequeño recuadro en su edición de papel, en la página 30 de su sección de Ciencia, que desde el lunes 6 de febrero de 1995 ese periódico aparecía a diario en la dirección de Internet “<http://sccs.swarthmore.edu/~justin/jornada>”, página donde los usuarios podían ver

¹¹⁷ Durante la primera década de ciberperiodismo en España, prácticamente la totalidad de los diarios impresos de ese país transmitían por Internet (Salaverría, 2008:361).

¹¹⁸ En cuanto a alguna fuente bibliográfica que aluda a ese acontecimiento, Raúl Trejo (1996) señala en su obra que *La Jornada* fue el primer periódico mexicano que incursionó en la web y que posteriormente apareció la versión del diario *Reforma*. Recuperado de http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=biblioteca.LeerLibroIU.leer&libro_id=4. En su tesis doctoral, María Esther Arce (2011:409) indica que *La Jornada* fue el primer periódico mexicano en incursionar en la web, pero fija la fecha de su aparición el 5 de febrero de 1995, lo cual no corresponde con lo publicado por *La Jornada* en su página 30, el 13 de febrero de 1995, en la cual establece que fue el 6 de febrero de ese mismo año. Por su parte, la investigadora Delia Crovi (2016:247) también plantea que *La Jornada* fue el primer periódico impreso en incursionar en la web, aunque ella indica que eso ocurrió el 5 de febrero de 1995. En el presente trabajo nos basamos en el dato proporcionado por el diario *La Jornada*, cuyo texto e imagen se reproduce en la figura número 15 de este texto, debido a que las autoras mencionadas no citan su fuente de información para documentar su afirmación en torno a la aparición de dicho periódico mexicano en la web.

dicha sección destinada a temas científicos, además de la información más relevante del día (*La Jornada*, 13/02/1995).

Figura No. 15
Inicia *La Jornada* en la web

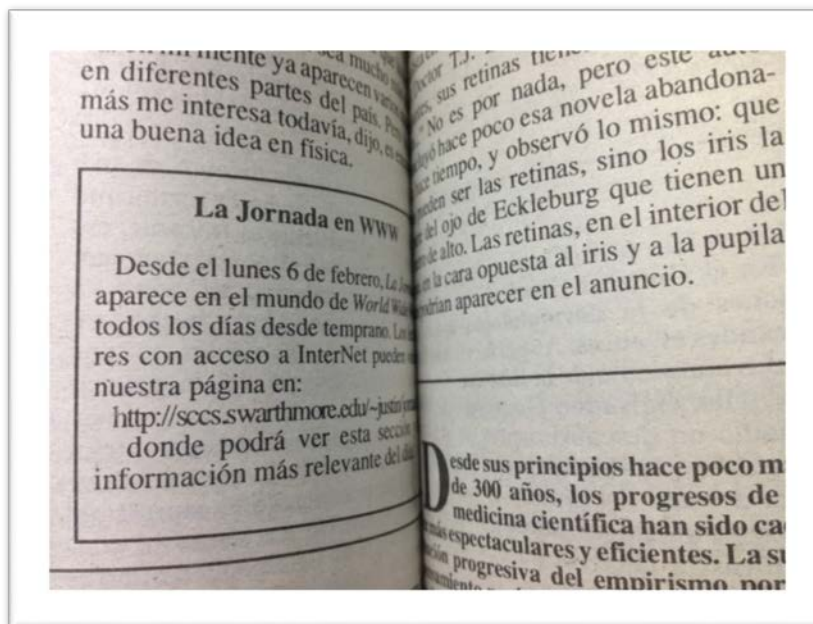


Imagen propia

Fuente: *La Jornada* impresa 13/02/1995.
Hemeroteca de la Universidad de Sonora.

Los responsables de publicar la página web eran Alejandro Pérez, Alfonso Cruz, Rodolfo Estrada, Jorge Ramírez, Rocío Piñeiro y Fernando Magariños, quienes también eran los encargados de los sistemas de cómputo del mencionado periódico, siendo coordinados por Gilberto Becerril. Ellos se convirtieron en los editores web pioneros de un periódico mexicano, quienes transmitían la página inicial en la WWW de esta manera:

Sin presupuesto extra, con ingenio, con mucho empeño, con terribles desveladas y con grandes errores en ocasiones, desde la madrugada del 6 de febrero de 1995, enviamos todas las noches un paquete de noticias a Justin Paulson -nuestro primer sitio oficial- quien se levantaba en la madrugada a poner la edición, a los dos sitios en la UNAM y por un tiempo al sitio en Canadá (*La Jornada*, 06/02/1997).

Dos meses después de haber empezado a transmitir con la primera dirección electrónica, *La Jornada* la sustituyó por la siguiente dirección “<http://serpiente.dgsca.unam.mx/jornada/index.html>”. El primer servidor que albergó la información y permitió el acceso a la misma lo facilitó una universidad de Pennsylvania y pese a que la primera y segunda direcciones de dicho periódico en Internet no tenían en forma clara y fácil la identidad o nombre de su cabecera, los usuarios de la red se conectaban para consultar las noticias que se transmitían por esa vía, provocando rápidamente la saturación del servidor, por lo que el 30 de marzo de 1995 se logró un convenio con una institución canadiense para disponer de otro servidor.

El 8 de abril de ese mismo año la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) comenzó a prestar el servicio de acceso a la versión web de *La Jornada*. Los cibernautas que se conectaban al sitio del mencionado diario podían consultar la información de la portada y contraportada de la edición impresa, los artículos de opinión, la sección de economía, fotografías, notas culturales y la sección *El Correo Ilustrado*, que contenía las cartas enviadas por los lectores.

La actualización de la información era cada 24 horas, entre las 3 y 4 de la madrugada, por lo que los usuarios que se conectaban en París o Madrid podían leer en ese momento lo que publicaba el periódico impreso, inclusive antes de que los ejemplares de papel se distribuyeran en la ciudad de México. En cuanto se empezó a transmitir por Internet, “lo primero que nos reprocharon los lectores [...] es que ese primer día no hayamos incluido las caricaturas”, expuso en entrevista el coordinador de sistemas de ese diario capitalino, Gilberto Becerril (*La Jornada*, 10/04/1995).

Becerril explicó que en la página web se aprovechaba el “hipertexto”, recurso mediante el cual se vinculaba a los textos informativos y con alguna frecuencia a fotografías y caricaturas.

En la pantalla del usuario aparece, junto a cada encabezado, título o balazo, un pequeño logotipo de *La Jornada* que sirve para acceder de manera inmediata al texto completo [...] El sistema permite que el lector pase de manera casi inmediata de una información a otra, lo cual rompe con el anterior “esquema lineal” de consulta electrónica y “puede ser una manera más agradable de consultar un diario” (*La Jornada*, 10/04/1995).

El modelo ciberperiodístico que estableció *La Jornada* en su incursión inicial en Internet fue el llamado modelo reutilizable¹¹⁹ que consistió básicamente en transmitir un paquete de noticias retomadas de la versión impresa, las cuales actualizaba cada 24 horas como en la plataforma de papel y las mostraba a los usuarios con hipertexto.

Después de que *La Jornada* lanzara su versión en la web, el Grupo Reforma, que editaba los diarios *Reforma* y *El Norte*, colocó sus páginas electrónicas el 6 de abril de 1995 en la dirección “<http://www.infosel.com.mx>”, las cuales se actualizaban cada 24 horas a partir de las 06:00 horas de la mañana.

¹¹⁹ El autor Pablo Boczkowski (2006:77) señala que los periódicos *online* de Estados Unidos desarrollaron tres tipos de prácticas informativas en la web: 1.) Los diarios reutilizaron contenidos incorporando en sus sitios web, de manera casi idéntica, material originalmente desarrollado para sus ediciones impresas; 2.) Los periódicos combinaron información tomando los contenidos de las ediciones impresas y le aumentaron valor a su web mediante el agregado de funcionalidades técnicas, de contenidos relacionados tomados de otros sitios o de ambos elementos; 3.) Los diarios elaboraron contenidos originales aprovechando los atributos técnicos distintivos de la web, mediante actualizaciones constantes, artículos multimedia, nuevas secciones exclusivas para su sitio en Internet y contenidos generados por los usuarios. Por su parte, la investigadora María Ángeles Cabrera (2004:404-405) expone los tipos de modelos de medios digitales o cibermedios: el modelo de reproducción facsimilar, consistente en sólo transmitir las páginas de la versión impresa; el modelo adaptado que supone un volcado simple de los contenidos informativos, sin grandes pretensiones desde el punto de vista del diseño y que incluye algún enlace o hipertexto; el modelo digital que engloba a los cibermedios que aprovechan prácticamente todas las posibilidades que ofrece la red, como la interactividad, diseño atractivo y servicios agregados, entre otros, que lo convierten, a comienzos del siglo XXI, en propiamente un modelo informativo digital; y el modelo multimedia, que ofrece información sonora, audiovisual o textual. “Sin duda, el modelo multimedia es al que aspiran la mayoría de las grandes empresas informativas, una realidad cada vez más cercana en 2003”.

Reforma, de la Ciudad de México, y *El Norte*, de Monterrey, son los primeros periódicos a nivel mundial en ofrecer una versión electrónica en el formato original de sus diarios impresos, incluyendo imágenes, fotografías y gráficas (*Reforma*, 6 de abril de 1995).

Las plataformas para ambos periódicos del Grupo Reforma, que transmitían en la red, fueron desarrolladas por su empresa filial *InfoSel*, que prestaba el servicio de acceso a Internet y ofrecía información financiera especializada para empresas.

Figura No. 16
Inicia *Reforma* en la web



Figura: captura de pantalla

Fuente: *reforma.com*

El modelo digital que estableció *Reforma* en su transmisión inicial en Internet fue el llamado modelo reutilizable, según Boczkowski (2006:77), y el modelo de reproducción facsimilar, conforme la conceptualización de Cabrera (2004:404), consistente en publicar las páginas íntegras de la versión impresa, mismas que actualizaba cada 24 horas como en el soporte de papel.

Posterior al lanzamiento de las ediciones web de *La Jornada*, *Reforma* y *El Norte*, apareció *El Imparcial* de Hermosillo, Sonora, el 7 de agosto de 1995,

convirtiéndose en el cuarto diario impreso en transmitir vía Internet en México (Healy, 1997:68; *El Imparcial*, 07/08/1995).

Al cumplir dos años de haber lanzado su primera versión web, el 6 de febrero de 1997, *La Jornada* publicó que “no sólo fuimos el primer periódico mexicano en el web, sino que nos hemos mantenido como el diario mexicano más leído en el mundo”¹²⁰.

Para agosto de ese mismo año de 1997, la lista de periódicos mexicanos que operaban en Internet aumentó a alrededor de 39 medios impresos (Benavides, 1997:253-255). Al siguiente año, en marzo de 1998, la edición electrónica de *American Journalism Review* (AJR) registró 51 ediciones en 18 estados del país, cifra que representaba una tercera parte de los diarios digitales producidos en Latinoamérica (Caballero, 1998).

El ritmo de crecimiento de los diarios nacionales, a finales de 1998, propició que México encabezara el registro de títulos de publicaciones periódicas editadas en lengua española en la red, con 97 títulos, superando a Argentina, que contaba con 49 cabeceras; a España, que tenía 47 medios; Perú 23; Venezuela 22; Colombia 15; Chile 10, Ecuador 10; Uruguay 9; y Estados Unidos 8; y otros en conjunto 41. Los 331 títulos digitales publicados en español y analizados en un estudio de 1998 presentaban “rasgos de mediocridad y pobreza en el uso del soporte”, lejos de la imagen media que proyectaban los diarios estadounidenses y europeos, salvo casos excepcionales de Argentina, Venezuela, Colombia y México (Díaz Nosty, 1999).

¹²⁰ Dicha información fue publicada en *La Jornada* el 6 de febrero de 1997. Dos años de *La Jornada* Electrónica. Recuperado de <http://www.jornada.unam.mx/1997/02/08/aviso.html>

En el caso de varios diarios mexicanos, que habían incursionado hasta el año 2000 en Internet, otro estudio detectó que desaprovechaban el potencial interactivo que les ofrecía la red y, salvo contadas excepciones, no parecía haber una ‘reconversión’ que les permitiera “adecuar sus formas de trabajo, su producto periodístico, su entorno empresarial, ni mucho menos los recursos humanos” que requerían para crear sus propias empresas en Internet (Albarrán, 2000:73).

Para el final de 2002 y principio de 2003, en México existían 157 periódicos en Internet (Navarro, 2002-2003), mientras que en 2005 se registraron un total de 259 títulos (Navarro, 2005: 61-100). Para el 2007 la cifra de ciberperiódicos en Internet ascendió a 329 diarios en el país, aunque algunos sólo utilizaban esa plataforma “para ofrecer a los publicistas los datos de la versión impresa” (Meneses, 2010:5).

Luego de este recuento general sobre la aparición y evolución del ciberperiodismo mexicano surge la interrogante ¿qué futuro depara al periodismo en línea de México? Al respecto, la investigadora Delia Crovi (2016:252-253) plantea:

Veinte años después de su surgimiento y con los profundos cambios que ha ido experimentando, el ciberperiodismo mexicano tiene aún un largo camino por recorrer. Su trazo depende de factores que desconocemos y de otros conocidos que pueden tomar rumbos singulares. Dada la magnitud de estas mutaciones, creemos que la investigación realizada sobre este tema es aún insuficiente tanto en aspectos puntuales como es registrar numéricamente condiciones de acceso y uso, como en el proceso mismo de construcción y recepción de información.

Esa prospectiva expuesta por Delia Crovi sobre el ciberperiodismo mexicano, así como la insuficiencia de investigaciones sobre dicho tema, no son aspectos ajenos al desarrollo que han tenido y podrían tener los periódicos impresos de Sonora que han incursionado en el ciberespacio.

De los 259 periódicos mexicanos que funcionaban en internet en 2005, 16 correspondieron al Estado de Sonora¹²¹, cifra que aumentó con respecto a los seis diarios de origen sonoreense que ofrecían sus servicios informativos en la red en 2001 (González, 2001c:77).

En cuanto a datos actualizados sobre los periódicos impresos de Sonora que han ofrecido sus servicios informativos en la red, el Padrón Nacional de Medios Impresos (PNMI)¹²² de la Secretaría de Gobernación del gobierno de la República registró en octubre de 2013 unas 26 publicaciones periódicas en territorio sonoreense, de las cuales sólo 11 correspondieron a diarios impresos y que contaban con sus respectivas ediciones en la web. Los periódicos registrados en ese año por el PNMI y que tenían una versión en Internet fueron *El Diario del Yaqui* y *Tribuna*, con sede en Ciudad Obregón; *El Gran Diario de Sonora* y *Nuevo Día*, editados en la población de Nogales; *La Prensa*, *Tribuna de San Luis* y *Noticias*, de San Luis Río Colorado; *La Voz del Puerto*, en Guaymas; *El Imparcial*, *Expreso* y *Entorno Informativo* publicados en Hermosillo. A estos cybermedios se agregaron los tres periódicos impresos que no aparecían registrados en el PNMI, pero que contaban con su versión digital, siendo estos *La Verdad* y *El Informador del Mayo*, de Navojoa; y el diario *El Vigía* con sede en Guaymas¹²³. Con la adición

¹²¹ En el caso del listado publicado por la investigadora Lizy Navarro (2005:61-100), en el cual registró 16 publicaciones digitales periódicas en Sonora, se detectó que incluyó páginas web de tres distintos medios que transmitían exclusivamente a través de Internet, mientras que otro título anotado por ella no correspondía al de un periódico diario, sino semanal, como es el universo de estudio en esta tesis doctoral.

¹²² Los datos del Padrón Nacional de Medios Impresos (PNMI) fueron recuperados de <http://pnmi.segob.gob.mx/>. De la lista total de 26 publicaciones impresas periódicas de Sonora registradas en dicho padrón oficial, fueron depuradas las revistas mensuales y las semanales, por no encontrarse contempladas dentro del universo de este estudio, que está acotado a los diarios impresos generalistas de pago.

¹²³ El añadido de estos tres medios impresos, que no estaban registrados en el PNMI, fue el resultado de una indagación en los directorios especializados en prensa escrita en Internet (www.prensaescrita.com y <http://www.omninternet.com.mx/periodicos/index.asp>) y su respectivo cotejo con sus direcciones en Internet,

de los tres medios mencionados, el resultado quedó en la cifra total de 14 diarios impresos de Sonora, hasta diciembre de 2014, que también publicaban en Internet.

4.3 Distribución noticiosa de *El Imparcial* en la web y su modelo de negocio

El periódico impreso *El Imparcial* de Hermosillo ocupó el cuarto lugar en México, al incursionar en Internet el 7 de agosto de 1995 (Healy, 1997:68; *El Imparcial*, 07/08/1995). A partir de ese hecho comenzó a diversificar su distribución noticiosa a través de la web, teniendo como su medio matriz al diario de papel. Hasta antes de su incursión en la red de redes, *El Imparcial* impreso había tenido un modelo monoplataforma, basado sólo en la distribución de noticias en la plataforma de papel pero, con su lanzamiento en la WWW, su negocio y distribución informativa evolucionaría hacia un modelo de empresa periodística multiplataforma, al repartir sus noticias en forma impresa y en la web.

En el presente apartado se analiza la distribución de noticias en la plataforma web de *El Imparcial* de Hermosillo, para lo cual se caracterizan los modelos digitales que ha desarrollado, se precisa la fecha de su lanzamiento, su denominación, la forma en que se ha organizado su plantilla para publicar la versión en Internet y las principales cifras relacionadas con los cibernautas que han consultado su web, entre otros aspectos.

así como mediante llamadas telefónicas de confirmación realizadas el 22 de octubre de 2013 a sus oficinas, por parte del autor del presente trabajo de investigación. Por ejemplo, en el proceso de indagación se detectó en los buscadores especializados de prensa en Internet el caso del *Diario del Desierto* con sede en la ciudad de Caborca, Sonora, el cual se depuró de la lista de cibermedios incluidos en nuestro universo de estudio, debido a que había empezado como diario impreso el 17 de marzo de 2003, pero algunos años después dejó de editarse en papel “debido al elevado costo de la impresión” y se había convertido exclusivamente en un medio rentable en Internet, según la entrevista telefónica realizada el 22 de octubre de 2013, por el autor de esta tesis doctoral con su director general, José Martín Mayoral Lozano.

Aproximadamente fueron seis meses de preparativos para crear su primera página web denominada *Imparnet*¹²⁴, misma que fue anunciada el 7 de agosto de 1995 en la edición impresa de *El Imparcial*, donde apareció en su primera plana la información sobre el lanzamiento de su nuevo servicio noticioso en la red de redes y en cuyo título se asentó “Abre El Imparcial sus páginas al mundo”. En el cuerpo de la información se publicó:

“En EL IMPARCIAL damos un gran paso en materia tecnológica al entrar a partir de hoy a la red mundial Internet para llevar a millones de usuarios, las noticias generadas por nuestro sistema informativo por medio de IMPARNET (...) IMPARNET es un innovador servicio de comunicación que le permite al usuario obtener la información publicada en el diario, en sus secciones General, Metro, Dinero, Deportes, Escenarios y Noroeste. Adicionalmente encontrará noticias de última hora, los reportes del clima, explicación del proceso de producción del periódico y una breve historia de la prensa (...) Con la inauguración de este nuevo servicio reafirmamos nuestro compromiso de seguir buscando alternativas para hacerle llegar la información que diariamente obtiene el equipo de trabajo de esta casa editorial” (*El Imparcial*, 7/08/1995).

El director de *El Imparcial*, José Santiago Healy Loera escribió y confirmó en su columna *Actitudes al Día* que el público de Hermosillo podía consultar *Imparnet*, además de archivos de bibliotecas, de universidades, información de periódicos y en general de otros medios (*El Imparcial*, 14/09/1995).

¹²⁴ *El Imparcial* ha tenido tres nombres distintos para designar a su plataforma de distribución de noticias en la web, los cuales corresponden a los siguientes periodos: 1.) *Imparnet*, que abarcó del 7 de agosto de 1995 al 16 de mayo de 1999, con una duración de tres años con ocho meses 2.) *Imparmexico*, que estuvo operando del 17 de mayo de 1999 hasta el 15 de mayo de 2001, es decir, prácticamente dos años; y 3.) *elimparcial.com*, que tiene esa denominación desde el 16 de mayo de 2001 a la fecha actual, acumulando casi una década y media.

Figura No. 17
Inicia *El Imparcial* en la web



Imagen propia

Fuente: *El Imparcial* impreso 07/08/1995

El diseño, operación, mantenimiento y actualización de la información estaba a cargo directamente de la empresa filial *Índices*, dirigida por Juan Fernando Healy Loera, quien también fungía como director de Tecnología del diario citado (*El Imparcial*, 11/09/1995). *Índices* era propiedad de la misma compañía editora de *El Imparcial*, que no sólo operaba a *Imparnet*, sino también prestaba servicios de acceso a internet al público en general, ofrecía el diseño de páginas web y el desarrollo de sistemas internos de información. La plantilla de *Índices* se conformaba por seis trabajadores, un coordinador de servicios informativos, un diseñador y cuatro analistas de información, cuyas edades fluctuaban de 22 a 27 años, mismos que tenían un perfil de estudios profesionales relacionados con sistemas de información, diseño gráfico, comunicación y periodismo, que aplicaban sus conocimientos y experiencia en la operación de *Imparnet*, al igual que sobre otras empresas externas contratantes de sus servicios.

Imparnet sólo se nutrió inicialmente de contenidos de la edición impresa de *El Imparcial*, carecía de un diseño bien elaborado y no tenía mayores recursos, ya que el objetivo de editarlo había sido “entrar al nuevo medio”, aprovechando que

dicho periódico “fue de los pioneros en el diseño de páginas de Internet” (Arredondo, 2000:8-18).

El modelo que estableció *El Imparcial* en su incursión inicial en Internet fue el llamado modelo reutilizable que consistió básicamente en transmitir un paquete de noticias retomadas de la versión impresa, las cuales actualizaba cada 24 horas como en la plataforma de papel y las mostraba a los usuarios mediante el hipertexto.

Figura No. 18
Rediseño de *Imparnet*



Imagen propia

Fuente: *El Imparcial* impreso 18/03/1996.
Hemeroteca de la Universidad de Sonora.

A partir de la experiencia obtenida y acumulada con la operación de su página, *El Imparcial* rediseñó su versión web un año después, el 18 de marzo de 1996, incluyendo en sus mejoras “una amplia variedad de noticias y entretenimiento así como conexiones a empresas líderes que ofrecen información, consultoría o diversión a través de internet” (*El Imparcial*, 18/03/1996). Las páginas de *Imparnet*

sólo podían ser aprovechadas utilizando la versión más reciente de *Netscape* de ese año. El diario invitó además a sus lectores a hacer comentarios o sugerencias sobre el servicio en internet, debido a que la nueva versión en la web se encontraba en periodo de pruebas -versión Beta-.

Con el nuevo diseño de la edición digital lanzada ese año, *Imparnet* dejó de ser un medio basado en el modelo reutilizable, que sólo ofrecía información del periódico impreso de *El Imparcial*, convirtiéndose propiamente en un modelo re combinado que tenía actualización de noticias sobre acontecimientos registrados en el transcurso del día, que también ofrecía un diseño más atractivo al usuario, con imágenes, incipiente interactividad, que contaba con diversas secciones sobre temas de computación, deportes, entretenimiento y algunas ligas con otros servicios informativos. La mencionada página web rediseñada “fue muy bien recibida por los usuarios de la región, del país y de mexicanos que viven en el extranjero” (Healy, 1997:68).

En el periodo de 1997-1998, *Imparnet* experimentó un constante crecimiento, adición de secciones, cambios de diseño e incorporó nuevos recursos de interactividad, como las encuestas de opinión de los cibernautas (Arredondo, 2000:18). Para el año de 1998, los cibernautas ya tenían acceso a noticias nacionales, internacionales y locales, a las secciones ‘Alta Tecnología’, ‘Pantalla Deportiva’, ‘Línea Financiera’, ‘El clima al minuto’, ‘Diversión’ y otras, así como podían consultar en Internet la edición impresa diaria de *El Imparcial*. La web del citado periódico también mostraba anuncios publicitarios en la parte superior izquierda de la pantalla, de las compañías aéreas Aeroméxico, de Nissan y Mezero, entre otras (Ibarra, 2001:59).

El medio virtual *Imparnet*, al final de los noventa del siglo XX, cubría los acontecimientos regionales y locales “sin perder aire cosmopolita” y también presentaba otras secciones, como los anuncios clasificados en sus páginas, la compra-venta de casas, terrenos y automóviles, así como un servicio gratuito de diseño de currículum y de bolsa de trabajo (Caballero, 1999). Tales mejoras en el diseño y la ampliación de contenidos y recursos de *Imparnet* tuvieron impacto entre los usuarios y esto se reflejó en el incremento de sus visitantes, por ejemplo, para los meses de febrero, marzo y abril de 1999 el servicio de información *Imparnet* había alcanzado un promedio de cuatro millones de peticiones de acceso y 170 mil sesiones de usuarios diferentes al mes (*El Imparcial*, 17/05/1999).

Imparnet mantuvo sus operaciones con ese nombre desde el 7 de agosto de 1995 hasta el 17 de mayo de 1999, cuando dicha versión fue sustituida por una nueva denominación y rediseño de su web. Si la página *Imparnet* había tenido hasta ese momento un desarrollo favorable en términos de diseño, contenidos, anunciantes y una tendencia aceptable de visitantes, las razones del cambio debieron haber sido convincentes para que los directivos de *El Imparcial* adoptaran su desaparición y sustitución por otra marca en el ciberespacio.

La empresa editora de *El Imparcial* reemplazó su web llamada *Imparnet*, que había funcionado durante un periodo de tres años con nueve meses, por una nueva marca denominada *Imparmexico*. En su sección de *Informática*, el diario impreso anunció la citada sustitución a partir del 17 de mayo de 1999, describiendo a *Imparmexico* como “el naciente servicio de información interactivo” de noticias internacionales, nacionales y locales de los ámbitos políticos,

deportivos, financieros, tecnológicos, del clima y de entretenimiento (*El Imparcial*, 17/05/1999).

Juan Fernando Healy Loera, director de Tecnología de *El Imparcial* y también responsable de la empresa filial *Índices*, explicó que ese cambio en su estrategia informativa digital obedeció a tres puntos: a) *El Imparcial* y sus diarios filiales debían mantener una presencia atractiva en Internet b) La necesidad de sacar provecho de sus recursos y ganar experiencia para ser competitivos; y c) Penetrar en un público de ciberlectores fuera del estado de Sonora (Ibarra, 2001:64).

El mayor reto del cambio de *imparnet* a *imparmexico* implicaba la ampliación de su mercado de ciberlectores, ya que el primero tenía una vocación local, al atender con su cobertura informativa la geografía de la ciudad de Hermosillo y otras poblaciones de Sonora, mientras que el segundo aspiraba a tener una vocación nacional, es decir, atender al mercado de cibernautas mexicanos en su conjunto. Confirma esa nueva meta el ‘inciso c’ expuesto por Juan Fernando Healy en el párrafo anterior, quien señaló que requerían atender un público de ciberlectores más allá de Sonora, así como también lo ratifica la información publicada por el diario impreso *El Imparcial*, en la cual se asentó que con el lanzamiento del portal *imparmexico* se pretendía servir “al mercado nacional de cibernautas” (*El Imparcial*, 17/05/1999).

Figura No. 19
Creación de *imparmexico* en la web



Imagen propia

Fuente: *El Imparcial* impreso 17/05/1999

Para lograr dicho reto, la plataforma *imparmexico* se propuso posicionar su marca entre los cibernautas mexicanos, mediante la presentación de contenidos atractivos y de interés para ellos y que derivara en mayores visitas al sitio web. En el mercado nacional ya existían fuertes competidores, como *reforma.com* que encabezaba el ranking de diarios más visitados, *La Jornada* y *El Universal* (Albornoz, 2007:139; Navarro, 2005:25; Benavides, 1997:252; Bustamante, 2002:93-94).

Este nuevo sitio será alimentado de información en su inicio de noticias generadas en varias ciudades del Noroeste del país, como Hermosillo, Mexicali, Tijuana, Tucson, Arizona, y San Diego, California en los Estados Unidos, así como en la ciudad de México, lugares donde Grupo Editores del Noroeste tiene presencia (*El Imparcial*, 17/05/1999).

La página web de *El Imparcial*, con dirección “www.elimparcial.com.mx”, fue incluida como un dominio dentro del sitio *imparmexico*, este último portal donde también podía consultarse la versión impresa del mencionado diario hermosillense. Lo mismo ocurrió con los periódicos filiales, primero con *La Crónica*

y posteriormente con *Frontera*, donde se actualizaba su información cada 24 horas como se hacía con la edición de papel. Con estos cambios, la página web mejor posicionada de las tres versiones digitales del grupo Editores del Noroeste, la correspondiente al periódico de *El Imparcial*, había sido absorbida por la plataforma de noticias *imparmexico*, pero asignándole un funcionamiento basado en un modelo digital mayormente apegado al de la reutilización o de reproducción facsimilar.

La creación de *imparmexico* fue un experimento que implicó un nuevo reto, de parte de dicho grupo periodístico, porque intentaría posicionar la nueva página web, aprovechando la audiencia generada previamente por los casi cuatro años de operación de la versión web de *imparnet*, cuya matriz era el periódico impreso *El Imparcial*. La coordinadora de *imparmexico*, Elizabeth Campbell Zozaya, aclaró que en ningún momento *imparmexico* buscaría competir con la versión web de *El Imparcial*, ya que ambas tenían sus similitudes y diferencias, aunque el propósito final era que se complementaran (Ibarra, 2001:68-70).

La empresa editora de *El Imparcial* también publicaba en esa época, en el vecino estado de Baja California, el diario de papel *La Crónica* con sede en la ciudad de Mexicali; imprimía el semanario gratuito *Águila*, que se distribuía entre la población hispana de Tucson, Arizona, Estados Unidos; además de que preparaba el inminente lanzamiento del periódico *Frontera* en la ciudad mexicana de Tijuana, que colinda con la pujante economía del estado de California, perteneciente a la Unión Americana. Esta zona geográfica revistía un mercado amplio al que se pretendía atender con *imparmexico*, al abarcar el noroeste mexicano y los dos principales estados del suroeste norteamericano, California y Arizona, con fuerte

presencia de connacionales y de hispanos en general radicados en Estados Unidos, al igual que la zona metropolitana de la ciudad de México; mientras que la versión anterior, *Imparnet*, era asociada más directamente con la empresa *El Imparcial* y con la ciudad de Hermosillo, su tradicional área geográfica de influencia.

Imparmexico se convirtió en un servicio de información en línea, con oficina sede en Hermosillo, que debía actualizarse tres o cuatro ocasiones al día, a veces más, dependiendo de la importancia de las noticias e interés generado entre los visitantes de la página. Las notas se retomaban principalmente de las agencias de noticias contratadas por *El Imparcial*, de los reporteros y corresponsales de sus distintos periódicos y, en menor medida, de internet. El diseño y contenidos de *Imparmexico* eran austeros, debido a que se priorizaba la información, el texto de la noticia, para que los usuarios tuvieran un acceso lo más rápido posible a las diferentes secciones y servicios (Ibarra, 2001:65-67). Elizabeth Campbell Zozaya, coordinadora de *imparmexico*, señaló al respecto:

Esto también responde al cuidado que se debe tener con el ‘peso’ de la página web, porque si le ponemos muchas fotos, o si constantemente incluimos archivos de audio y video, el espacio en el servidor se llenaría muy pronto. Tendríamos dificultades, tanto en el almacenamiento de la página, como en la descarga de la misma, cuando los usuarios accesan a ella, eso por una parte; también se debe a lo tardado que es hacer una página con todas esas características; la prioridad es que los visitantes entren rápidamente a lo que buscan (Ibarra, 2001:68).

La empresa *Índices* continuó como responsable del diseño, operación, mantenimiento y actualización de *Imparmexico* con su plantilla de seis personas, siendo éstas la coordinadora de servicios informativos, un diseñador y cuatro analistas de información, cuyas edades fluctuaban de 22 a 27 años, mismos que

dos contaban con estudios profesionales en Ciencias de la Comunicación, uno en periodismo, un ingeniero en sistemas, un diseñador y un economista. Cuatro empleados de *imparmexico* tenían menos de dos años de antigüedad en su trabajo, mientras que los dos restantes entre cuatro y cinco años (Arredondo, 2000:29-34). En el turno nocturno, una persona se quedaba de guardia para mantener actualizada la información de la página. El total de dicho personal lo integraban dos personas del sexo masculino y cuatro del femenino, encargándose de la actualización de la página en Internet y del diseño de páginas especiales, entre otros aspectos (Arredondo, 2000:8).

Sobre el funcionamiento en general de este portal periodístico, se reportaban “algunas fallas como caídas del servidor, presentación y actualización de las notas en ciertas partes de la página y balance en el diseño gráfico”, pero trabajaron “para mejorar la calidad del servicio y evitar este tipo de errores”. Asimismo, casi no publicaba información actualizada de sus reporteros, sino mediante los despachos de las agencias informativas nacionales e internacionales (Ibarra, 2001:68).

La información de *Imparmexico* se clasificaba en cuatro tipos de contenidos: Los informativos, de entretenimiento, de interactividad y los servicios comerciales. En la parte superior de la página principal de *Imparmexico* se encontraban las secciones de Noticias, Deportes, Finanzas, Tecnología, Entretenimiento y Clima, precisamente encima del *banner* o barra de publicidad. Las páginas informativas agrupaban las secciones denominadas como Noticias, Deportes, Finanzas, Tecnología y Clima. En la sección de Noticias se presentaban los acontecimientos internacionales, nacionales y locales, en tanto que en la portada de esta página

web el cibernauta también podía seleccionar la información publicada cada 24 horas por los diarios impresos, filiales de este grupo periodístico, como *El Imparcial* y *La Crónica*.

A las noticias relacionadas con los estados de Sonora y Baja California se les otorgaba mayor preferencia, pero sin descuidar el resto de la información y variedad de notas nacionales (Ibarra, 2001:67). En Deportes se incluían los logros de los atletas y sus equipos, así como estadísticas a nivel nacional e internacional. En cuanto a la sección de Finanzas, se publicaba el mercado de cambios, mercado de capitales, inflación y tasas de interés, pero también tenía en la portada un espacio para conocer el comportamiento de la Bolsa Mexicana de Valores, el índice *Dow Jones* y la cotización del dólar, así como las noticias más importantes de última hora (*El Imparcial* 17/05/1999).

En la sección de Tecnología se encontraban los contenidos relacionados con acontecimientos, productos y noticias del mundo de los ordenadores (computadoras), además de ligas a revistas especializadas en el área. En la sección de Entretenimiento aparecían páginas sobre cine, música y famosos del espectáculo, entre otros aspectos. También los cibernautas podían discutir, mediante pláticas en línea ('chats') los temas de actualidad en los foros interactivos, así como participaban cada semana en diálogos virtuales con personajes de la política del país, al igual que con deportistas destacados y estrellas del espectáculo, principalmente.

Como novedad, *Imparmexico* ofreció el servicio de una *webcam*, una cámara de vídeo instalada en un sector exclusivo y comercial del norte de Hermosillo, que captaba imágenes las 24 horas del día de esa zona, y a las cuales podían tener

acceso los visitantes de ese portal. Contaba además con archivos de vídeo, colocados por primera vez el 18 de marzo del 2000, con motivo del juego entre los equipos de Estados Unidos *Diamond Backs* de Arizona y *Angelinos* de Anaheim.

Los contenidos de servicios comerciales abarcaron la publicidad en *banner* o barras publicitarias y la tienda virtual. Asimismo, ofreció los servicios de “Automotor” y la bolsa de trabajo denominada “Enlace Profesional”. En Automotor se localizaba la guía informativa por internet sobre la industria automotriz, clasificados, foros, noticias y compra-venta de autos nuevos y usados. En “Enlace Profesional” se encontraba la primera bolsa de trabajo virtual en el noroeste de México, cuyo objetivo era que los profesionistas pudieran buscar algún trabajo y las empresas detectar a la persona con el perfil deseado (Ibarra, 2001:84).

Las proyecciones dadas a conocer por esta empresa periodística, en mayo de 1999, preveían que al finalizar ese año alcanzarían a tener 510 mil usuarios al mes y 12 millones de peticiones de acceso a *Imparmexico*, debido a que su propósito era atender el mercado nacional de cibernautas (*El Imparcial*, 17/5/1999). Sin embargo, durante el año 2000, tales pronósticos quedaron muy por debajo, al reportarse que cada mes “más de 150 mil personas se informan a través de las páginas de nuestro servicio, las cuales generan más de 1 millón de impresiones de páginas”. De acuerdo con estadísticas mensuales de este portal, correspondientes a enero de 2000, *Imparmexico* registró 110,802 sesiones de usuarios, en tanto que las páginas web que incluía en su sitio, como *El Imparcial* alcanzó 53,621; *La Crónica* tuvo 21,929 y *Frontera* 12,544 sesiones. En el mes de abril del año 2000, *Imparmexico* tuvo 117,945 sesiones de usuarios, *El Imparcial* 69,915, *La Crónica* 26,030 y *Frontera* 23,127, lo cual sumó en total en ese mes

237,017 sesiones de usuarios. Durante el mes de junio de 2000, que fue el período previo a las votaciones para presidente de la república, las sesiones de usuarios de *Imparmexico* ascendieron a 185,860, en *El Imparcial* a 83,697, en *Frontera* a 29,359 y en *La Crónica* a 26,166, acumulando el total de 315,890 sesiones de usuarios. Otra referencia correspondió al mes de octubre de ese mismo año, lapso en el que *Imparmexico* superó las cifras del mes de junio, al alcanzar 244,049 sesiones de usuarios; *El Imparcial* 125,803; *Frontera* 37,694; y *La Crónica* 53,758, sumando en total 461,304 sesiones de usuarios (Ibarra, 2001:83).

El portal *imparmexico* había implicado mejoras con respecto a *imparnet*, aunque también se le detectaron debilidades en su operación, como la abundancia de información retomada de las agencias de noticias, que no le permitían presentar información exclusiva, contrastando lo anterior con la escasez de material, en cantidad y exclusividad, que debería haber sido suministrado por sus reporteros y corresponsales de los tres periódicos, así como de parte de su plantilla asignada a las oficinas de la ciudad de México y de Tucson, Arizona, Estados Unidos (González, 2001:96).

La versión de *imparmexico* fue un proyecto periodístico del grupo Editores del Noroeste que duró casi dos años, que no logró el objetivo fundamental que se había fijado como meta al principio: atender al creciente mercado nacional de cibernautas mexicanos, ya que sus cifras de visitantes se encontraban muy por debajo de las reportadas por las versiones de vocación nacional, como por ejemplo, del periódico *La Jornada* que, a principios de la primera década del siglo

XXI, alcanzó los 27 millones de visitas¹²⁵. Al no obtener el éxito esperado, Editores del Noroeste tuvo que reconsiderar y buscar una salida a su proyecto fallido de vocación nacional llamado *imparmexico*.

Para ello, *El Imparcial* impreso informó el 16 de mayo de 2001, en la parte superior de su primera plana y en forma destacada, sobre el tercer cambio de nombre de su edición digital, es decir, ya no se denominaría *Imparmexico*, sino *elimparcial.com*. Con dicho cambio, la empresa editora volvía a sus orígenes de vocación local y estatal, mediante el lanzamiento de ese nuevo sitio. El nuevo nombre del cibermedio trajo aparejada la inclusión de “noticias generadas y actualizadas durante las 24 horas del día, enriquecidas con aplicaciones multimedia”. Además incluyó reportajes especiales, reportajes gráficos, columnas, aplicaciones interactivas, al igual que la edición impresa diaria del periódico en un nuevo formato y una invitación abierta para que los usuarios visitaran su sitio en línea y entraran “de lleno en el siglo XXI” (*El Imparcial*, 16/05/2001).

La denominación de *elimparcial.com* incorporó, de esta manera, la marca¹²⁶ de la cabecera del periódico impreso *El Imparcial*, que a lo largo de los años ha sido reconocida y aceptada por sus lectores, aunque sólo se le agregó el acostumbrado “punto com”. Como ya se mencionó, las anteriores versiones en línea habían sido nombradas *imparnet* e *imparmexico* que, de alguna u otra forma, difuminaban en parte, con dichas denominaciones, la marca periodística de la versión impresa de *El Imparcial*, matriz y respaldo de su publicación en la web.

¹²⁵ *La Jornada* tuvo en junio de 2003 un total de 12 millones 595 mil 445 visitas en su web, en octubre de ese mismo año al menos 27 millones de visitas y en diciembre de ese año 19 millones (Arce, 2011:410).

¹²⁶ Las empresas actuales cuentan con el nombre como identificador corporativo por excelencia, además de un repertorio extenso de signos-tipo que se utilizan aislada o en forma combinada, como ejemplos, figuran el de Coca-Cola, de Nike y el color amarillo de Kodak, entre otros (Chaves, 2003:15).

Figura No. 20
Inicia *elimparcial.com*



Imagen propia

Fuente: *El Imparcial* impreso 16/05/2001

La web denominada *elimparcial.com* se caracteriza por ser un cibermedio con matriz impresa, con vocación local y líder en Hermosillo, Sonora, México, el cual se transmite o distribuye en el mercado todos los días y se actualiza en forma frecuente¹²⁷. En su acepción como cibermedio, *elimparcial.com* tiene como matriz a la empresa editora de *El Imparcial* ya que surgió con su respaldo económico, el trabajo de su plantilla y el cobijo de su infraestructura física; además tiene una vocación local porque atiende fundamentalmente la demanda de información de la demarcación geográfica de la capital de Sonora; asimismo, es un medio de comunicación líder en Hermosillo porque acapara el 86 por ciento de las preferencias del mercado periodístico de dicha ciudad sonorenses¹²⁸.

¹²⁷ Los conceptos para caracterizar a un cibermedio tienen como referencia fundamental el estudio realizado en 18 cibermedios españoles (Salaverría, 2013:145-180). En cuanto a una definición sobre los cibermedios, estos son concebidos como “aquellos medios de comunicación social que emplean el ciberespacio como ámbito para la difusión pública de informaciones periodísticas [...] como cibermedios deberíamos entender los sitios web de los diarios digitales, las radios digitales, las televisiones digitales, así como los sitios web de las agencias de información en Internet” (Alonso, 2010:28).

¹²⁸ Este diario obtuvo el 96% de las preferencias entre los periódicos de circulación en Hermosillo, según el estudio de audiencia realizado por la compañía Moctezuma y Asociados, dado a conocer por el propio diario impreso *El Imparcial* en su edición del lunes 4 de junio de 2001, página 20 A.

Después de casi dos años de operaciones, el 7 de abril de 2003, *elimparcial.com* cambió de diseño, reforzó su información interactiva, la configuró para que pudiera ser personalizada por el usuario y se propuso actualizarla las 24 horas del día (*El Imparcial*, 7/04/2003).

Figura No. 21
Rediseño de *elimparcial.com*



Figura: captura de pantalla

Fuente: *El Imparcial* impreso 7/4/2003

En ese año de 2003 y posteriores, las ediciones web de los periódicos *El Imparcial*, *La Crónica* de Mexicali y *Frontera* de Tijuana trabajaban cada cual con su propia agenda y con un proceso distinto al del departamento de redacción de sus respectivas versiones impresas. Sin embargo, a partir de 2006 fue designado jefe de los portales del grupo periodístico, César Espinoza Chávez, quien es enviado ese mismo año a Madrid, España, para conocer el funcionamiento del portal de *elpaís.com* y retomar ideas y prácticas ciberperiodísticas para aplicarlas durante el desempeño de su nuevo encargo¹²⁹. Durante ese mismo año de 2006, se integraron los equipos de las ediciones impresas y de las digitales de

¹²⁹ La información respectiva fue proporcionada por Espinoza (entrevista 2014).

elimparcial.com, *lacronica.com* y *frontera.info* para realizar, con agenda común, la planeación y publicación en forma coordinada. La mencionada articulación consistió en la operación de un sistema tecnológico conocido como 'Mantenimiento matriz' que permitía resguardar todo el material contenido en texto, fotos, videos, elementos interactivos y que era factible de ser utilizado en tiempo real en cualquiera de las plataformas web de Hermosillo, Mexicali y Tijuana. Con dicho sistema resultó más eficaz la operación técnica y el trabajo informativo (Murillo, 2014:328).

Con el avance tecnológico y el crecimiento de los usuarios de Internet que accedían a *elmparcial.com*, se abrió además en 2007 el espacio denominado 'Reportero Ciudadano' para que los cibernautas presentaran denuncias públicas a través de imágenes fijas, además de crear los foros para que estos opinaran sobre las noticias publicadas en la web. Dos años después, la empresa editora incursionó en las redes sociales Facebook, Twitter y Youtube, para lo cual creó la figura de *community manager* o responsable de redes sociales, encargado de moderar, publicar y organizar los contenidos informativos y tendencias de la jornada, lo cual le ha permitido atraer a un público joven (Murillo, 2014:328-329).

La estrategia de desarrollo de la edición en Internet, redundó en que el portal *elimparcial.com* obtuviera el "Premio Nacional de Periodismo 2009" por su "excelente cobertura al instante, la inmediatez, la amplitud de ángulos y la excelente dimensión del [...] trabajo 'Incendio en la Guardería ABC'"¹³⁰ y que en el

¹³⁰ Lo citado textualmente corresponde a lo expresado por Ramón Alberto Garza García, en su carácter de presidente del jurado del Premio Nacional de Periodismo 2009, durante la ceremonia de entrega de dicho galardón en Xalapa, Veracruz. Recuperado de

periodo de 2010 a 2014 el mencionado sitio de internet registrara un crecimiento variable en las cifras de sesiones de sus visitantes que consultaban sus páginas, al igual que la cantidad de páginas vistas y el promedio de duración de dichas sesiones de los cibernautas, de acuerdo con las estadísticas proporcionadas por César Espinoza (Entrevista 2014), basadas en Google Trends, y que se muestran en la figura número 22 de este trabajo.

Figura No. 22
Sesiones en el *Elimparcial.com* 2010-2014

Periodo	Sesiones	Páginas vistas	Duración promedio
2010	38.393.030	5,60	7 minutos con 50 segundos
2011	39.230.693	5,52	7 minutos con 21 segundos
2012	43.325.491	4,98	6 minutos con 33 segundos
2013	42.017.253	4,80	8 minutos con 47 segundos
2014	37.654.567	4,48	13 minutos con 46 segundos

Figura: elaboración propia

Fuente: Espinoza 2014; Google Trends

El portal de noticias de *elimparcial.com* estrenó un nuevo diseño el 25 de enero de 2013 con una interfaz más amigable para los usuarios.

El rediseño del portal de noticias hace énfasis en un esquema visualmente más atractivo, una arquitectura informativa basada en el interés del lector y las redes sociales con un contenido local (*El Imparcial*, 26/1/2013).

Para el 8 de febrero de 2013, el cibermedio *elimparcial.com* había registrado 4 millones de visitas al mes, tenía 30 mil 'Me gusta' en la red social Facebook, 16 mil

<http://www.elimparcial.com/EdicionEnLinea/Notas/Noticias/30052010/449905.aspx> y también recuperado de <http://www.periodismo.org.mx/Ganadores/Categorias/Noticia.html>

seguidores en Twitter, alrededor de 12 millones de videos vistos en la cuenta de *El Imparcial TV* en Youtube (Espinoza, 2013).

Figura No. 23
Rediseño de *elimparcial.com* 2013



Figura: captura de pantalla

Fuente: *El Imparcial* impreso 26/1/2013

Como cibermedio, *elimparcial.com* tenía la posición global 4.740, según la clasificación o ranking mundial de *Alexa*, mientras que ocupaba el lugar 86 entre los 500 sitios de Internet más visitados en México durante el mes de octubre de 2013. En esa lista (*top sites* de *Alexa*) de 500 páginas web de México más visitadas, el sitio *google.com.mx* estaba en primer lugar, la red social *facebook.com* en segundo, en tercero *google.com*, *youtube.com* en cuarto y *live.com* en quinto.

En dicha clasificación general, correspondiente a México, los sitios de periódicos impresos generalistas de pago¹³¹ que aparecieron como más visitados en la red, fueron el diario capitalino *El Universal* (*eluniversal.com.mx*), con el número 14;

¹³¹ El periódico mexicano especializado en deportes denominado *Récord* (record.com.mx) ocupó la posición 82 de esta clasificación (*Top sites* de *Alexa*) correspondiente a México, pero no se incluyó en esta lista de diarios porque sólo se tomó en cuenta a las cabeceras de información general de pago.

siguiéndole *Milenio* (milenio.com) con el 33; *Excélsior* (excelsior.com.mx) con el lugar 55; *Reforma* (reforma.com) con el 73; y el diario *El Imparcial* de Hermosillo (elimparcial.com), como ya se mencionó, con la posición 86¹³².

Los visitantes de la versión web de *El Imparcial*, en su inmensa mayoría, procedían de México (90,7%); de Estados Unidos (3,2%); Irlanda (2,0%); Argentina (0,9%); y Colombia (0,8%), los cuales promediaban 5,97 páginas por día y 12:18 minutos. Alexa también reportó que la carga del sitio *elimparcial.com* era relativamente lenta (3.209 segundos), ya que el 81% de los sitios eran más rápidos.

Por su parte, *elimparcial.com* aseguró en la presentación institucional en su web, el 24 de octubre de 2013, que “es el portal de noticias con mayor impacto en los cibernautas de Sonora y el noroeste de México”, que actualizaba su información durante 15 horas, publicaba noticias en tiempo real en 14 secciones, tenía recurso interactivo y material multimedia. Las estadísticas que proporcionó *elimparcial.com*, en la citada presentación institucional, como promedios mensuales, fueron las siguientes: visitas: 4.945.200; visitantes únicos: 675.034; impresiones: 23.114.168; visitantes diarios: 22.500; impresiones diarias: 770.472 y que tenía 106.098 usuarios registrados. Los usuarios que visitaban el sitio eran 71 por ciento hombres y 29 por ciento mujeres, cuyos rangos de edad correspondían a: 25-34 (37%); 35-44 (24%); menor a 25 años (23%); y mayor de 44 años (16%). En tanto, el nivel de escolaridad de sus usuarios correspondía a licenciatura (57%); preparatoria (16%); carrera técnica (13%); posgrado (8%); secundaria (4%); y primaria (1%).

¹³² Recuperado de <http://www.alexa.com/topsites/countries;3/MX>

Con respecto a la estructura organizativa de *elimparcial.com*, dicho cibermedio es editado y publicado por 11 trabajadores, cuyo organigrama lo encabeza un Jefe en Línea, que tiene a su mando directo a un editor web, a cuatro coeditores web, un coeditor web de redes sociales, un diseñador web, un vídeo-reportero, un editor de vídeo y un responsable de servicios de portales de Periódicos Healy.

El Jefe en Línea de *elimparcial.com* describe cómo se desarrolla una jornada cotidiana en su área de trabajo:

Empieza con la reunión diaria con los reporteros de la sección local, en la que interviene un editor web, el editor de la sección local impresa, un fotógrafo y el camarógrafo de la sección de videos. Se revisa la agenda de actos programados y de temas especiales y se encomiendan las tareas, además se consultan los *trending topics* de las redes sociales, que son como nuestro termómetro. También se revisan los vídeos populares, de alguna personalidad o algún acontecimiento, y empezamos a alimentar al portal de Internet durante todo el curso del día. Asimismo, contamos con un editor de guardia en la madrugada para cubrir las 24 horas la actualización de la web (Espinoza, entrevista 2014).

Desde la ciudad de Hermosillo, Sonora, donde se encuentra la sede de la redacción de *elimparcial.com*, se manejan las tres versiones digitales de Periódicos Healy, además de *El Imparcial* ya mencionado, el de *Frontera* de Tijuana y *La Crónica* de Mexicali, con idéntico formato, pero varía el contenido y actualizaciones de algunas secciones, principalmente la correspondiente a cada una de las ciudades o localidades en que están asentadas sus ediciones impresas.

Debido al auge de los medios informativos y su demanda en Internet, la empresa editora de *El Imparcial* ha desarrollado un sistema de trabajo para mantener informados a los lectores, a través de su portal, durante las 24 horas de los 365 días del año. Esto implica que la redacción de la web no tiene cierre y siempre hay

una persona encargada de publicar las noticias que ocurren en el último momento (Murillo, 2014:328).

En cuanto al modelo de negocio de la edición web de *elimparcial.com*, su Jefe en Línea considera que es rentable, ya que cada vez cuenta con mayor publicidad en sus páginas y cibernautas que lo consultan.

Debe ser rentable, hay números que si lo demuestran, porque ha tenido más anunciantes, sin embargo, como la inversión cada vez es mayor, en cuanto a la tecnología, ya que se requieren servidores, personal y demás, muchas veces es más el gasto que hay, por la inversión, que lo que se está ganando, pero si es rentable, si es redituable (Espinoza, entrevista 2014).

Sobre la posibilidad de implementar el cobro por el acceso a sus noticias, en una estrategia para obtener mayores ingresos financieros, los directivos de la empresa editora de *elimparcial.com* “si lo han planteado unas dos o tres veces, desde que yo recuerdo, pero se ha dado marcha atrás”, debido a la “situación del mercado” de los periódicos, expuso César Espinoza (Entrevista 2014). En síntesis, el modelo de negocio de *elimparcial.com* es el publicitario, con matriz impresa.

4.4 La redacción integrada

Periódicos de Estados Unidos y de Europa comenzaron, en la primera década del siglo XXI, un proceso de convergencia periodística, particularmente enfocada a la integración¹³³ de la plantilla de la redacción impresa y del equipo de la redacción de la web.

¹³³ La integración de las redacciones “se trata de la unión de dos o más equipos redaccionales, de manera que la redacción resultante trabaje bajo un único mando o estructura directiva, en un mismo entorno físico y con una serie de recursos tecnológicos comunes, que se concretan especialmente en el uso de un mismo editor o gestor de contenidos. Además, esta redacción es capaz de dotar de contenidos a varios medios de la empresa periodística. En muchos medios, solo la habilitación de ese espacio común ha requerido de un largo proceso

Esta tendencia convergente se suscitó a raíz de la creciente preponderancia adquirida por la actividad periodística en el ciberespacio. Al respecto, algunos autores denominaron a esta forma de trabajo integrado y especializado como el modelo “Digital First” que, a grandes rasgos, significa que la plantilla del periódico impreso se articula y coordina con el equipo de trabajo de la edición web para procesar y distribuir, primeramente, la información periodística en su versión en Internet y, posteriormente, en la edición de papel.

Haciendo eco de esa tendencia general, la empresa editora de *El Imparcial* creó en el año 2013 la denominada ‘Redacción integrada’, consistente en la formación de un equipo especializado de trabajo conjunto entre el Departamento de Redacción de la edición impresa de dicho periódico, como editores, reporteros y fotógrafos, con el *staff* de la plataforma web de *elimparcial.com*, estructura que se ha descrito con anterioridad en este trabajo de investigación.

Por parte del personal o plantilla de la redacción del periódico impreso *El Imparcial*, fueron integrados el editor de la sección general, el coeditor general, editores de la sección Sonora, editores de la sección Internacional y el editor de la sección Nacional, así como fotógrafos, reporteros de la sección Metro (local), reporteros de Espectáculos y reporteros de la sección Deportiva. Por el lado de la plantilla de la redacción de la plataforma de *elimparcial.com*, incluyeron en el organigrama integrado, un editor web, un editor de vídeo, dos vídeo-reporteros, un coeditor web, un coeditor nocturno, uno de redes sociales, uno de servicios y sociales y un coeditor web de deportes. La plantilla de la redacción integrada, por

hasta que se ha elegido la mejor ubicación para la fusión de dos redacciones hasta ese momento separadas”. (AEDE, 2012:424).

el binomio impreso-web, debe trabajar en forma estrecha y coordinada para producir y distribuir las noticias en el ciberespacio y en la edición de papel (Espinoza, entrevista 2014).

Los directivos de los medios periodísticos adoptan generalmente este tipo de estrategias convergentes en sus redacciones con el propósito de reducir gastos en sus presupuestos y los costes de producción, evitar la duplicidad de recursos, mejorar la eficiencia y la calidad del periodismo (Salaverría *et al.*, 2010:50). Dicha convergencia se aplica en las redacciones donde los periodistas laboran en forma conjunta para producir información destinada a diversas plataformas, en el formato 24/7, es decir, la publicación de noticias las 24 horas durante los siete días de la semana.

En el caso del proyecto para la integración de la redacción de la plataforma impresa de *El Imparcial* y de la plataforma web *elimparcial.com*, que empezó a instrumentarse en el año de 2013, ha sido gradual y su consolidación se ha postergado para el 2015, debido a que un software que facilita indistintamente la edición, para ambas plataformas, fue adquirido recientemente y el mismo ya se está probando. Por el momento, lo que hacen los editores del impreso y de la web se coordinan, intercambian ideas y consejos sobre cómo tratar y publicar la información en sus respectivas plataformas. Es un nivel básico de redacción integrada, que más adelante se dará más de lleno (Espinoza, entrevista 2014).

Las consecuencias de la integración de este tipo de redacciones, en la práctica profesional de los periodistas, consiste básicamente en la necesidad de otorgarles una formación 'polivalente', en otras palabras, un periodista debe desempeñarse de forma tal que le sea factible elaborar noticias en distintas plataformas, ya que

no basta que sepa escribir, sino además que tenga los conocimientos y habilidades propias para la edición de vídeo, publicar en la web, tomar fotografías y vídeo, grabar audios, entre otros aspectos (Salaverría *et al.*, 2010:55).

En los modelos de convergencia de éste y otros tipos, South y Nicholson, abundan en torno a la función del periodista polivalente:

Los periodistas deben abarcar el ciclo de noticias de 24h, con cierres continuados. Y las historias deben ser producidas para audiencias multiplataforma. Lo que puede significar difundir contenidos primero para la web y teléfonos móviles, emitir un vídeo mediante *streaming* más tarde, aparecer en una entrevista televisiva y, al día siguiente, publicar una pieza interpretativa del acontecimiento en el periódico del grupo (Salaverría *et al.*, 2010:55).

En el caso de la producción y distribución de noticias a través de los *smarthpones* y tabletas, esta temática se aborda precisamente en el siguiente capítulo V de la presente tesis doctoral.

Figura No. 24
Cronología del cibermedio de *El Imparcial*

1995	La empresa editora de <i>El Imparcial</i> impreso lanza su plataforma web denominada <i>Imparnet</i> , presentada en un modelo reutilizable.
1996	Rediseña <i>Imparnet</i> y lo produce dentro de un modelo re combinado y registra 170 mil usuarios únicos y cuatro millones de peticiones de servicio al mes.
1999	Lanza el portal de noticias <i>Imparmexico</i> que engloba a las ediciones web de <i>El Imparcial</i> , <i>La Crónica</i> de Mexicali y <i>Frontera</i> de Tijuana.
2001	Crea el cibermedio denominado <i>elimparcial.com</i> , presentado en un modelo de tipo re combinado, que sustituye a <i>imparmexico</i> .
2003	Rediseña <i>elimparcial.com</i> y lo presenta en un modelo de tipo creador.
2007	Crean el espacio ‘Reportero Ciudadano’ para que los cibernautas presenten denuncias públicas a través de fotos y abren foros para que estos opinen sobre las noticias publicadas en la web.
2009	<i>Elimparcial.com</i> obtiene el “Premio Nacional de Periodismo 2009” por su cobertura sobre el incendio en la Guardería ABC de Hermosillo.
2009	<i>El Imparcial.com</i> incursiona en las redes sociales con <i>community manager</i> (Facebook, Twitter y Youtube).
2013	Integra un equipo de trabajo conjunto de la edición impresa y de la edición web, denominándolo “redacción integrada”. Además, rediseña <i>elimparcial.com</i> y refuerza su tendencia evolutiva dentro de un modelo de tipo creador.

Figura: elaboración propia

Fuente: Espinoza 2014; Murillo 2014

CAPÍTULO V. LA DISTRIBUCIÓN DE NOTICIAS EN PLATAFORMAS MÓVILES

5.1 El surgimiento de la distribución noticiosa en los móviles

Los teléfonos móviles y otros dispositivos portátiles inalámbricos, así como las *apps* o aplicaciones móviles de noticias, han sido adoptados e integrados en los periódicos impresos, como aparatos y plataformas de distribución de noticias, como instrumentos para el consumo noticioso y como equipo de trabajo de los periodistas que lo usan para la recolección, edición y transmisión de información periodística. Aunque este capítulo se centra principalmente en las plataformas¹³⁴ móviles de distribución de noticias, cabe señalar que los dispositivos móviles, particularmente los *smartphones* y tabletas, han tenido además un impacto notorio como herramienta de trabajo para la producción informativa, tanto de los profesionales del periodismo, como de ciudadanos que generan información de interés periodístico¹³⁵.

La distribución noticiosa a través de plataformas móviles se enmarca dentro de la comunicación móvil, esta última que se ha difundido más rápidamente frente a cualquier otra tecnología de la comunicación de la historia. La comunicación móvil

¹³⁴ Dispositivo móvil y plataforma móvil no son sinónimos, ya que dispositivo móvil está referido al *hardware* o el aparato físico, mientras que la plataforma móvil remite al *software* o sistema operativo instalado en el dispositivo. “A partir de esto puede haber diferentes tipos de dispositivos que funcionen con una misma plataforma, como puede haber dispositivos que sean exclusivos de otra. Un ejemplo sería la plataforma Android de Google que puede ser instalada en dispositivos como tabletas y teléfonos inteligentes de varios fabricantes, mientras que la plataforma BlackBerry OS de RIM es exclusiva para los dispositivos, teléfonos inteligentes, BlackBerry” (Cobos 2011:13).

¹³⁵ De acuerdo con Masip y Palomo (2010:62), una de las primeras experiencias conocidas como periodistas móviles o “Mojo” (Mobile Journalist), fue registrada en el año 2005 cuando el periódico del grupo Gannet, The News-Press en Fort Myers, Florida, creó la sección digital “Your community: by you by four you” para cubrir la información en diversos sectores de la ciudad, cuyos contenidos eran suministrados por periodistas que portaban cámaras digitales, grabadoras de MP3 y portátiles con conexión a Internet inalámbrica. “Su misión fue localizar historias alternativas a las recogidas en un periódico tradicional y revalorizar el periodismo hiperlocal con continuas actualizaciones que consiguieron duplicar el tráfico de la web. Paralelamente, los ‘periodistas en movilidad’ reclutaron y enseñaron a los ciudadanos cómo realizar sus propias contribuciones a la web”.

ha pasado de ser una tecnología al alcance de unos cuantos privilegiados a convertirse en una tecnología dominante, aunque su rápido crecimiento no ha sido uniforme en el mundo (Castells, 2007:19-20). El teléfono móvil tiene efectos en distintos ámbitos de la sociedad actual, ya sea en lo económico y cultural, por mencionar algunos aspectos, que los investigadores empiezan a avocarse a analizar, a explicar y a proponer soluciones teóricas y prácticas, aunque otros autores consideran que existe “despreocupación”, de parte de las ciencias de la comunicación, por estudiar el móvil como medio de comunicación social (Krone, 2010:29). Para estudiar el periodismo que se desarrolla a través de los móviles se deben tomar en cuenta los antecedentes de los dispositivos portátiles, como los teléfonos móviles o celulares, cuyo origen se remonta hasta la realización de la primera llamada comercial en el mundo desde un teléfono móvil, registrada en 1983 en Manhattan, Estados Unidos, y cuyo desarrollo desde entonces ha sido vertiginoso (Katz, 2008:22). En la década de los años noventa del siglo XX, la aparición de las tecnologías que permitieron la navegación móvil por internet, inicialmente la GSM 2.5 y la implantación posterior de la 3G y 3.5G, propiciaron que a principios del siglo XXI se registraran las primeras experiencias de contenidos informativos para dispositivos móviles (Aguado y Castellet, 2010:139). Durante la revisión y análisis bibliográfico y de las revistas científicas especializadas relacionadas con la temática, como ya se describió en el apartado sobre la metodología aplicada en la presente tesis doctoral, se detectó que hasta ahora el modelo de desarrollo de las plataformas de distribución de noticias para móviles ha sido dependiente de la producción, de los contenidos y del modelo de negocio del periódico impreso, es decir, fundamentalmente depende de los

contenidos y finanzas de la plataforma impresa, pero también en forma parcial de la plataforma web.

En el caso de la producción de contenidos de las apps de noticias móviles, así como de la web móvil y de las alertas de noticias, la dependencia se genera con respecto a la plataforma de la web tradicional del periódico impreso; mientras que la dependencia del modelo de negocio de la plataforma móvil se da con respecto al periódico impreso, por ser su sostén financiero. En cuanto a los contenidos de las plataformas de distribución de noticias para los móviles, Aguado y Castellet (2013:190-198), plantean tres etapas en su desarrollo:

- a. La etapa del *SMS* y *MMS* *noticiosos*, que incluye básicamente el servicio de distribución de alertas de noticias;
- b. La etapa de la web móvil; y
- c. La etapa de las aplicaciones, que contempla las versiones de las *apps* e híbridas.

Los periódicos impresos, que fueron de los primeros medios en distribuir su información a través de plataformas móviles, incursionaron a finales de los años noventa del siglo XX en un modelo de desarrollo periodístico móvil, que incluyó principalmente la producción de alertas de noticias, destinadas al consumo de los usuarios de los primeros teléfonos móviles básicos, mediante el envío de mensajes cortos de texto o *SMS* (*Short Message Service*, por sus siglas en idioma inglés) y después en teléfonos móviles de gama media que transmitían *MMS* (*Multimedia Messaging Service*, por sus siglas en inglés), con poca jerarquización, destinados a los usuarios suscriptores de dicho servicio, el cual era ofrecido por los canales cerrados de las empresas operadoras de telefonía móvil, que controlaban la distribución, el sistema de pago y los datos sobre los consumidores.

Estos servicios de alertas noticiosos registraron su mayor expansión alrededor de 2004 en los países más desarrollados, cuya selección y adaptación de contenidos informativos para los SMS y MMS, estaba a cargo de algún redactor del periódico, que los canalizaba a las compañías operadoras de telefonía móvil, desde donde se transmitían a los suscriptores (Aguado y Castellet, 2013:190). La otra etapa de la prensa industrial impresa que se desarrolló en los móviles, corresponde a la creación y lanzamiento de la web móvil, a mediados de la primera década del siglo XXI. A esta última plataforma pudieron acceder los usuarios, luego de que los teléfonos móviles comenzaron a tener más accesibilidad y navegabilidad en la red de redes. Los contenidos generados en la web móvil han sido mayoritariamente retomados y adaptados de la web tradicional del medio impreso, los cuales han requerido los servicios de algún editor, pero principalmente la implantación de sistemas de gestión automatizados. Alrededor del año 2008 las versiones de la web móvil contaron con una estructura y una jerarquía de secciones bien diferenciadas, en las que prevalecían las noticias, los deportes y la política (Aguado y Castellet, 2013:191). En tanto, la denominada etapa de las aplicaciones móviles arrancó en 2008 con la aparición de las *apps* nativas para *smartphones*, siendo el caso paradigmático el iPhone de la empresa estadounidense Apple, que creó el entorno de la tienda virtual App Store con el propósito de comercializarlas a nivel mundial. Dichas aplicaciones simplificaron e hicieron más directa la relación con el usuario, lo que propició mayor control y eficacia en la consulta. Durante el año 2010 Apple volvería a revolucionar el mercado de los dispositivos móviles con el lanzamiento de la tableta iPad (Aguado y Castellet, 2013:193-194).

El primer iPhone fue presentado por el consejero delegado de Apple, Steve Jobs, en la conferencia Macworld realizada el 9 de enero de 2007 en San Francisco, California, como un dispositivo móvil “revolucionario”¹³⁶.

Hoy vamos a mostraros tres productos revolucionarios de este tipo. El primero es un iPod de pantalla panorámica con control táctil. El segundo es un teléfono móvil revolucionario. Y el tercero es un aparato de comunicaciones por internet de última tecnología [...] ¿lo entendéis? No se trata de tres dispositivos independientes. Son un único producto, y lo vamos a llamar iPhone (Isaacson, 2012:594).

Dicho aparato comenzó a ser vendido entre el público estadounidense en junio de 2007 a un precio desde 499 dólares, el modelo 4GB, mientras que en Europa se comercializó a finales de ese mismo año, en tanto que en Asia se expendería hasta el año 2008. Durante el año fiscal de 2007 Apple anunció que había vendido un total de 1.389.000 unidades de su primera versión de iPhone (Apple España, comunicado del 22/10/2007). Las características principales del primer teléfono móvil iPhone fueron su pantalla táctil de 3,5 pulgadas, su acceso a Internet a través del navegador propio llamado Safari y que dicho aparato contaba también con una cámara integrada de 2 megapíxeles, entre otras. Apenas iba a transcurrir un año desde que comenzó la comercialización del primer modelo de iPhone, cuando Apple informó el 9 de junio de 2008 sobre el lanzamiento de su nuevo iPhone 3G, al cual redujo a la mitad su precio de venta en el mercado (desde 199 dólares). Como novedades anunció que este aparato tenía el doble de velocidad

¹³⁶ Apple asegura además que inició la revolución de las *apps* con el lanzamiento de la App Store en 2008, cuya industria del diseño y desarrollo de *apps* ha crecido en forma sostenida. En el lapso de seis años, el ecosistema de iOS contribuyó a crear 627.000 puestos de trabajo en Estados Unidos. La App Store ofrece en 155 países 1,4 millones de *apps* para iPhone, iPad e iPod Touch, 725.000 de las cuales fueron diseñadas específicamente para el iPad. Los clientes de la App Store pueden elegir *apps* entre las 24 categorías diferentes, desde juegos, redes sociales, foto y vídeo hasta deportes, noticias, salud y viajes, entre otras (Apple España, comunicado del 8/01/2015).

con respecto al primer modelo y que además había creado la App Store para la comercialización de diversas aplicaciones nativas, entre éstas las relacionadas con el acceso a noticias de diversos medios de información (Apple España, comunicado del 9/06/2008). También dio a conocer las cifras del año fiscal de 2008 en las que registró ventas acumuladas de 6,9 millones de unidades del primer modelo de iPhone y del correspondiente iPhone 3G. "Apple ha cerrado uno de los mejores trimestres de su historia, con un espectacular rendimiento del iPhone: hemos vendido más teléfonos que RIM", dijo Steve Jobs, consejero delegado de Apple, al referirse al éxito obtenido con el lanzamiento de su dispositivo móvil (Apple España, comunicado del 21/10/2008). Para el año 2009, Apple hizo aún más veloz y potente su estrenado modelo de iPhone 3GS, al que le incluyó las funciones de grabación y reproducción de vídeos y la captura de fotos con una resolución de 3 megapíxeles, pudiendo el usuario enviarlas a través del correo electrónico, por MMS o bien publicar los vídeos en Youtube. Para entonces, la App Store contaba con 50 mil aplicaciones nativas diseñadas para dicho dispositivo móvil (Apple España, comunicado del 08/06/2009). Como ya se había convertido en costumbre, el nuevo modelo iPhone 4 fue presentado el 7 de junio de 2010, con mayor resolución en su pantalla de retina y la inclusión de las vídeo llamadas denominadas Facetime, entre otras novedades. Para finales de ese mismo año, Apple había vendido 90 millones de unidades, recaudando el iPhone más de la mitad de los ingresos totales generados en el mercado global de los teléfonos móviles (Isaacson, 2012:595). En los tres subsiguientes años 2011, 2012 y 2013, la empresa de Cupertino mejoró las funciones y características de sus modelos anteriores del iPhone, con el lanzamiento del iPhone 4S, del iPhone 5 y

del iPhone 5s, respectivamente. Como novedades, figuraron su sistema operativo IOS 5 y la creación del Newsstand, una estantería o kiosko que mostraba las portadas de periódicos y revistas a los cuales se habían suscrito los usuarios. Para el 9 de septiembre de 2014, la compañía Apple presentó en forma simultánea, por primera vez en su historia, dos tamaños del iPhone, siendo sus versiones iPhone 6 y el iPhone 6 Plus. El iPhone 6 contó con una pantalla Retina HD más grande, de 4,7 pulgadas, y con una resolución de 1.334 por 750, lo que permitía ver 38% más respecto al iPhone 5s. En tanto, el iPhone 6 Plus presentó una pantalla Retina HD de 5,5 pulgadas con una resolución de 1.920 por 1.080, lo que se traduciría en 88% más de área de visión y casi tres veces más píxeles que en el iPhone 5s. Al 27 de diciembre de 2014, se había registrado un acumulado de 74,5 millones de aparatos iPhone vendidos, de los cuales el 65 por ciento se estimaba que fue comercializado fuera de Estados Unidos (Apple España, comunicado 27/01/2015).

El otro aparato que tuvo repercusiones en el mercado de los dispositivos móviles y en el periodismo, lo representó la aparición de la tableta, en este caso también lanzada por Apple, la cual fue denominada iPad. El surgimiento de dicho dispositivo tuvo como antecedente los primeros cinco años del siglo XXI, cuando el Consejero Delegado de Apple, Steve Jobs, mantuvo una postura pública y privada contradictoria en torno a la creación de una tableta, ya que ante los medios de comunicación rechazaba la idea de fabricarla, mientras que en las reuniones internas de su equipo de trabajo en Apple no la descartaba, sino que la alentaba.

Como ejemplo de estas posturas contradictorias, en una entrevista concedida en mayo de 2003 al periodista Walt Mossberg, de la plantilla de *The Wall Street Journal*, Jobs expuso “no tenemos ningún plan para crear una tableta”, al argumentar al respecto que “las tabletas parecen interesarle a la gente rica que ya tiene un montón de ordenadores y otros dispositivos”. Sin embargo, en la mayoría de los encuentros internos anuales de la compañía “Steve nunca abandonó su deseo de crear una tableta”, según el testimonio de uno de los colaboradores cercanos de Jobs, Phil Schiller (Isaacson, 2012:613).

Esta postura contradictoria del Consejero Delegado de Apple, el biógrafo autorizado de Jobs, Walter Isaacson, la califica como ‘engañosa’ en su obra titulada ‘Steve Jobs’. Isaacson aporta además testimonios de los avances en el proceso de creación de una tableta, por parte de dicha compañía estadounidense, así como un dato significativo: Apple presentó una solicitud de patente en marzo de 2004, con el código D504889, la cual se registró 14 meses después, teniendo como inventores a Jobs y a su colaborador cercano Jony Ive.

La solicitud incluía los bocetos de una tableta electrónica rectangular con los bordes redondeados..., entre los que se incluía el esbozo de un hombre que sujetaba el aparato tranquilamente con la mano izquierda mientras usaba el índice derecho para tocar la pantalla (Isaacson, 2012:615).

Después de varias reuniones internas y de acaloradas discusiones de trabajo entre los integrantes del equipo ejecutivo de la compañía de Cupertino, el proyecto de la tableta recibió un fuerte impulso en el año 2007, cuando Jobs comenzó a analizar la posibilidad de crear un netbook de bajo coste.

Un lunes, durante una sesión de tormenta de ideas del equipo ejecutivo, Ive preguntó por qué hacía falta tener un teclado adosado a la pantalla. Aquello resultaba caro y aparatoso. Sugirió que se introdujera el teclado en la

pantalla mediante una interfaz multitáctil. Jobs se mostró de acuerdo, así que los recursos se encauzaron a acelerar el proyecto de la tableta, más que a diseñar un netbook (Isaacson, 2012:614).

Para conseguir su objetivo, Jobs y su equipo acordaron que la esencia fundamental de la tableta sería su pantalla, que el aparato fuera rectangular, con los bordes redondeados, que su manejo fuera sencillo, simple y que se pudiera sostener con una mano. Durante ese proceso, el equipo también se topó con la disyuntiva de usar un procesador Intel u otro sistema basado en la arquitectura de Arm, este último más sencillo y de menor consumo de energía. Finalmente, se decidieron por la segunda opción. En ese sentido, Apple consiguió las licencias respectivas de ARM y compró una compañía de diseño de microprocesadores “P.A. Semi”, a la que le ordenó fabricar un sistema en un chip llamado A4. Jobs lo describió así: “Nuestro A4 cuenta con el procesador, el sistema de gráficos, el sistema operativo del móvil y el control de memoria en un único chip” (Isaacson, 2012:616).

Aunque Apple presentó oficialmente el 27 de enero de 2010 el primer iPad en la ciudad de San Francisco, California, en realidad lo empezó a distribuir en el territorio de Estados Unidos a partir del 3 de abril de ese mismo año, mientras que el 28 de mayo de 2010 lo lanzó al mercado internacional (Apple España, comunicado del 27/01/2010).

Durante la presentación oficial del iPad, Jobs planteó que la tableta creó “una categoría de producto completamente nueva que conectará a los usuarios con sus aplicaciones y contenidos de una forma más estrecha, intuitiva y divertida, como nunca antes” y que la nueva categoría de dispositivo del iPad se ubica entre los

smartphones y los ordenadores portátiles (Apple España, comunicado del 27/01/2010; Isaacson, 2012:617).

El primer iPad estuvo disponible el 3 de abril de 2010 en Estados Unidos, en sus modelos Wi-Fi, a un precio de 499 dólares el modelo de 16GB, mientras que a 599 dólares el de 32GB y 699 dólares el de 64GB. En el caso de los modelos del iPad con Wi-Fi + 3G fueron vendidos a finales de abril en Estados Unidos en 629 dólares el modelo de 16GB, en tanto que en 729 dólares el de 32GB y 829 dólares el de 64GB. El iPad se vendió en dicho país en la Apple Store por Internet (www.apple.com), en las tiendas Apple Retail Stores y en determinados distribuidores autorizados (Apple España, comunicado del 5/03/2010).

Luego de su lanzamiento al mercado, el iPad fue cada vez más demandado en las tiendas de Apple. Durante la primera semana de ventas del dispositivo al público de Estados Unidos, las mismas alcanzaron más de 500.000 iPads, por lo cual la compañía con sede en Cupertino, California, se vio orillada a posponer un mes sus planes de lanzamiento internacional de su tableta, es decir, hasta el día 28 de mayo, según la versión de dicha compañía (Apple España, comunicado del 14/04/2010).

Después de casi un mes de haber lanzado el iPad, Apple anunció que había vendido un millón de estos dispositivos móviles y que los usuarios habían descargado hasta ese lapso más de 12 millones de apps de la App Store. "Un millón de iPads en 28 días, lo que supone menos de la mitad de los 74 días que llevó alcanzar este hito con el iPhone", refirió Steve Jobs, CEO de Apple (Apple España, comunicado del 3/05/2010).

El dispositivo iPad permite a los usuarios conectar con sus apps y contenidos, los cuales pueden navegar en la web, leer y enviar correos electrónicos, compartir sus fotos, ver vídeos en alta definición, oír música, entretenerse con juegos y leer libros electrónicos, entre otras actividades, mediante una interfaz de usuario multi-touch. El iPad tenía un grosor de 1,34 cm y pesaba 680 gramos, siendo más delgado y ligero que los ordenadores portátiles o netbook, con una batería con autonomía de hasta 10 horas. Los usuarios del iPad también podían, de manera inalámbrica, acceder a la App Store y explorar, comprar y descargar nuevas aplicaciones de la tienda de apps prácticamente desde cualquier lugar del mundo. El iPad incluía 12 nuevas aplicaciones diseñadas especialmente para dicha tableta y tenía disponibles 200.000 apps en la App Store; incluyendo las aplicaciones que el usuario ya hubiera comprado para su iPhone o iPod Touch. Además, los desarrolladores crearon más de 5.000 nuevas aplicaciones para el iPad (Apple España, comunicado del 7/05/2010).

En cuanto Steve Jobs presentó oficialmente el primer modelo iPad, su siguiente paso consistió en sostener reuniones con los directivos de periódicos y revistas de Estados Unidos, como *The New York Times*, *The Wall Street Journal*, *Time* y *Fortune* para tratar de convencerlos de que se incorporaran a su tienda virtual App Store, mediante el lanzamiento de apps de noticias. De acuerdo con Isaacson (2012:629), Jobs se reunió en un lapso de 48 horas con el magnate de los medios de comunicación Ruper Murdoch, con su hijo James y con la dirección del *Wall Street Journal*; asimismo con Arthur Sulzberger Jr. y los principales ejecutivos del *New York Times*, al igual que con la directiva de *Time*, *Fortune* y otras revistas del grupo Time Inc. Entre los objetivos de Steve Jobs, figuraba el alcanzar un acuerdo

con *The New York Times*, al cual consideraba un gran periódico pero que estaría en riesgo de resultar afectado en sus operaciones por no haber sabido cómo obtener beneficios de sus contenidos digitales. “Tengo decidido que unos de mis proyectos personales para este año sea tratar de ayudar al *Times*, lo quieran ellos o no (...) Creo que es importante para Estados Unidos que el periódico salga adelante”, según le confió Jobs a su biógrafo Isaacson (2012:630).

La idea de Jobs era que tales medios pusieran a disposición de los usuarios del iPad, y de los otros dispositivos móviles de su compañía, las apps de noticias en la App Store y que les aplicaran un sistema de pago. De los usuarios que pagaran una tarifa por consultar las noticias de dichos medios, Apple se quedaría con el 30 por ciento, mientras que el medio de comunicación obtendría el restante 70 por ciento.

La resistencia de los directivos de los medios fue evidente en dichos encuentros, ya que además del hecho de tener que ceder el 30 por ciento de sus ingresos a la App Store, por concepto de la venta de las *apps* de noticias, contribuyó a su inconformidad la idea de Jobs de que Apple mantendría el control sobre los nombres de los suscriptores y los datos de sus tarjetas de crédito. Sin embargo, el dueño del diario *The Wall Street Journal* y de la revista *New York Post*, Rupert Murdoch, fue el más receptivo a la proposición de Jobs, de que le cediera el 30 por ciento de los ingresos que generaran los suscriptores suyos, en la tienda App Store de Apple, así como de perder el control sobre los nombres de tales suscriptores y de los correspondientes datos de sus tarjetas de crédito. Como parte de ese entendimiento de Murdoch y Jobs, a principio del año 2011, el 2 de febrero, fue lanzado el periódico *The Daily*, en forma conjunta por el magnate de

los medios Rupert Murdoch y la compañía Apple, el cual fue concebido y diseñado para producir y distribuir información y entretenimiento en forma exclusiva para el consumo de usuarios del dispositivo móvil iPad¹³⁷.

El 15 de febrero de 2011 Apple anunció un nuevo servicio de suscripción disponible para todos los editores de *apps* basadas en contenidos que se ofrecían en la App Store, incluyendo los periódicos, revistas, vídeos y música, entre otros. Apple explicó que las suscripciones adquiridas desde la App Store se venderían utilizando el mismo sistema de facturación de la App Store, que los usuarios habían empleado hasta entonces, para comprar *apps* y para realizar compras de tipo “In-App Purchase”, es decir, desde dentro de las propias *apps*. Para ello, los editores podrían fijar el precio y el período de suscripción, desde semanal hasta anual. Los clientes podrían elegir con un clic el período de suscripción y se les cobraría automáticamente de acuerdo con el período de suscripción elegido. La compañía de Cupertino también indicó que los clientes podían examinar y gestionar todas sus suscripciones en la página de su cuenta personal pudiendo, por ejemplo, cancelar la renovación automática de una determinada suscripción. Apple procesaría todos los pagos, reteniendo el mismo margen del 30 por ciento aplicable para otras compras realizadas desde dentro de las propias *apps* “In-App Purchase”.

¹³⁷ El lanzamiento de *The Daily* representó una nueva faceta en la distribución de noticias a través de las plataformas móviles, al convertirse en el primero de su tipo, con dichas características exclusivas para la producción de información, distribución y su consumo en el iPad. Sin embargo, casi dos años después, el 15 de diciembre de 2012, *The Daily* desapareció como parte de una reestructuración del conglomerado News Corporation, del magnate Rupert Murdoch, así como también habría clausurado sus puertas debido a posibles errores de planeación en su creación y desarrollo. Recuperado de <https://knightcenter.utexas.edu/es/blog/00-12260-news-corp-anuncia-el-fin-del-primer-periodico-exclusivo-para-tabletas>

Debido a la resistencia inicial mencionada, de parte de los editores a incorporarse a la App Store, Apple aceptó que estos pudieran usar el servicio de suscripción de Apple en su *app* mediante el uso de otros métodos para conseguir suscriptores digitales fuera de la *app*. Por ejemplo, los editores podrían vender suscripciones digitales en sus sitios web o podrían decidir ofrecer acceso gratuito a sus actuales suscriptores. Dado que Apple no estaría involucrada en esas transacciones, no habría reparto del importe de la suscripción ni intercambio de información del cliente con Apple. Los editores deberían incorporar dentro de la *app* su propio proceso de autenticación para los suscriptores que han formalizado la suscripción fuera de la *app*. No obstante, Apple requeriría que si un editor optara por vender una suscripción digital de manera por separado fuera de la *app*, esta misma oferta de suscripción debería estar también disponible, al mismo precio o inferior, para los clientes que desearan suscribirse desde dentro de la propia *app*. Además, los editores no deberían incluir en sus *apps* enlaces (con un sitio web, por ejemplo) para que los clientes compraran contenidos o suscripciones fuera de la *app*. A los clientes que adquirieran una suscripción a través de la App Store se les daría la opción, al realizar la suscripción, de facilitar al editor su nombre, dirección de correo electrónico y código postal. El uso de esta información se regiría por la política de privacidad del editor, en lugar de la de Apple. Los editores podrían recabar más información de los clientes de la App Store siempre que a estos clientes se les presentara esta opción de manera clara y se les informara de que cualquier información adicional sería manejada de acuerdo con la política de privacidad del editor, en lugar de la de Apple.

Con todos esos antecedentes, la compañía Apple ya venía preparando el diseño, producción y lanzamiento de una segunda generación del iPad. Al respecto, Isaacson (2012:655) escribió que incluso antes de que el primer iPad saliera a la venta, “Jobs ya estaba pensando en lo que debería incluirse en el iPad 2. Necesitaba una cámara frontal y otra trasera –todo el mundo sabía que aquello acabaría por llegar-, y sin duda lo quería más fino”.

Luego del éxito comercial obtenido con el lanzamiento de su iPad en Estados Unidos y en diversos países, Apple programó la presentación del iPad 2 para el día 2 de marzo de 2011 en el Centro Yerba Buena de la ciudad de San Francisco (Apple España, comunicado del 2/03/2011). Pese a la avanzada enfermedad que aquejaba a Steve Jobs, el consejero delegado de Apple encabezó en la fecha prevista la presentación de la segunda generación del iPad. “Llevamos bastante tiempo trabajando en este producto y no quería perderme el evento”, dijo al público asistente (Isaacson, 2012:656). La distribución del aparato nuevo comenzaría a partir del día 11 de ese mismo mes en el territorio estadounidense (Apple España, comunicado del 2/03/2011).

De acuerdo con la presentación oficial, el iPad 2 fue diseñado 33% más delgado y hasta 15% más ligero que el iPad original, con la misma pantalla LCD de 9,7 pulgadas retro iluminada por LED. Además, el iPad 2 incorporó el nuevo procesador A5 de doble núcleo de Apple para ofrecer un rendimiento rápido y mejores gráficos. También incluyó dos cámaras: una cámara VGA frontal para FaceTime y Photo Booth, y una cámara trasera que capturaba vídeo en HD a 720p, con lo cual los usuarios del iPad contaron por primera vez con la prestación FaceTime. La autonomía de la batería continuó con una duración de hasta 10

horas. El iPad 2 fue diseñado en dos presentaciones de color, blanco y negro. Durante la presentación de la segunda generación de este dispositivo móvil, Jobs informó que ya habían tenido ventas acumuladas de 15 millones de unidades de ese tipo y que "si bien otros han intentado imitar el iPad de primera generación, nosotros lanzamos ahora el iPad 2, que sube el listón mucho más allá del nivel de la competencia, y probablemente les obligue a volver a romperse la cabeza" (Apple España, comunicado del 2/03/2011).

Con las nuevas cámaras frontal y trasera, a los usuarios del iPad 2 les permitió hacer llamadas FaceTime a usuarios del iPhone 4, iPod touch y Mac, función que les permitió ver a través del vídeo a sus familiares y amigos en cualquier lugar con conexión Wi-Fi (Apple España, comunicado del 2/03/2011). El iPad 2 incorporó iOS 4.3, la nueva versión del sistema operativo móvil de Apple, con prestaciones como la navegación móvil con Safari; compartir en Casa de iTunes; mejoras en AirPlay; la posibilidad de utilizar el interruptor lateral del iPad para bloquear la rotación de la pantalla o silenciar el audio; y compartir Internet para traspasar la conexión de datos de la red móvil desde un iPhone 4 a través de Wi-Fi. Además, el iPad 2 incluyó un giroscopio para juegos avanzados, compatibilidad con HSUPA para ofrecer mayores velocidades de subida por 3G en el iPad 2 con Wi-Fi y 3G, y vídeo HDMI en espejo, que permite a los usuarios mostrar la pantalla de su iPad en un televisor de alta definición mediante un adaptador opcional. El iPad 2 admitía casi todas las 350.000 apps disponibles en el App Store, donde se contaba con más de 65.000 apps nativas para el iPad, a elegir entre una gama de apps en 20 categorías, como juegos, economía y empresa, noticias, deportes, salud y forma física, viajes y otras. El iPad 2 con Wi-Fi fue vendido en Estados

Unidos a un precio desde \$499 dólares para el modelo de 16 GB (Apple España, comunicado del 2/03/2011).

Con el lanzamiento de la versión de su sistema operativo móvil iOS 5, Apple incluyó entre sus nuevas características el Notification Center, una forma de ver y gestionar las notificaciones en un mismo lugar y sin interrupciones; iMessage, un nuevo servicio de mensajería que permitía enviar mensajes de texto, fotos y vídeos entre todos los dispositivos iOS; y también el Newsstand (kiosko), que era una estantería que mostraba las portadas de los periódicos y revistas, en un lugar común, que había adquirido el usuario mediante una suscripción de pago. Una nueva sección de la App Store contenía sólo títulos a los que era posible suscribirse y permitía a los usuarios localizar los periódicos y revistas del mundo. Si el usuario estaba suscrito a alguna publicación, los nuevos ejemplares aparecerían en la estantería Newsstand; estos serían actualizados de forma automática en segundo plano de modo que el usuario tuviera siempre el último ejemplar y la portada más reciente (Apple España, comunicado del 06/06/2011).

Al siguiente año, el 7 de marzo de 2012, Apple presentó en San Francisco, California, el nuevo iPad, la tercera generación del dispositivo móvil, que incluía como novedades la pantalla Retina Display, el nuevo chip A5X de Apple con cuatro núcleos para gráficos y una cámara iSight de 5 megapíxeles con óptica que capturaba fotos y vídeo en HD 1080p. El iPad con Wi-Fi y 4G se conectaba a las redes más rápidas, entre ellas las redes 4G LTE de AT&T y Verizon, y al mismo tiempo mantenía una autonomía de la batería de hasta 10 horas (Apple España, comunicado del 7/03/2012).

El 22 de octubre de 2013, Apple anunció el lanzamiento del nuevo iPad Air, con pantalla de retina y mayor resolución, con un chip A7, así como más ligero al pesar 453 gramos y con una dimensión de 9,7 pulgadas (Apple España, comunicado del 22/10/2013). Al siguiente año, el 16 de octubre de 2014, Apple informó que lanzaba el nuevo modelo denominado iPad Air 2, con mejores prestaciones, aunque la mayoría ya conocidas de la generación anterior (Apple España, comunicado del 16/10/2014).

En el caso de España, el Libro Blanco de la prensa Diaria, publicado por la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE), se enfocó en el estudio de la incidencia de las tabletas en dicho país y detectó que el 14,5% de la población española de 14 o más años declaró en 2012 tener acceso a una tableta en su hogar –propia o de algún otro miembro de su familia-, lo cual representó un incremento con respecto al año anterior que fue de 4,6% en la misma población de referencia. La incidencia de la tableta por segmento de población es significativamente alta entre los hombres que trabajan y son menores de 54 años de edad (AEDE, 2013:270-271). En España también ha variado el dispositivo de acceso a Internet, lo cual afecta al hábito de consumo de información, ya que 8 de 10 usuarios (82%) accedieron en 2012 a la red desde su móvil, siendo la mayor parte de ellos los aparatos denominados smartphones, lo que representó un incremento con respecto al 2011, cuando el 72% accedió a Internet mediante los móviles (AEDE, 2013:400). En cuanto a la lectura de la prensa online en 2012 en España, a través de las tabletas, ocupó el segundo puesto con el 87,7%, por encima del 84,% que registró la actividad de consultar el email, que se ubicó en el tercer lugar, y estuvo por debajo del 94,3% que registró la actividad de “navegar

en Internet”, que se colocó en el primer sitio (AEDE, 2013:286). En un análisis sobre las noticias distribuidas a través de las tabletas, Concha Edo (2012:405) considera lo siguiente:

Y aunque las tabletas no son la salvación de la prensa y no sabemos cuánto va a durar su éxito ni que *gadget* las sustituirá, en este momento son una muy buena oportunidad para suavizar en los diarios editados en papel los efectos de la aguda crisis económica y conceptual que sufren desde hace años los medios en general y los periódicos en particular.

5.2 Las plataformas móviles de los periódicos mexicanos

Al cierre del año 2014, la penetración de la telefonía móvil en México fue de 85 suscripciones¹³⁸ por cada 100 habitantes, mientras que otros países, con similares niveles de ingreso, como Chile (151), Brasil (140), Colombia (109), Turquía (94) y China (92), registraron mayores índices de suscripciones, según cifras oficiales del sector telecomunicaciones del gobierno mexicano. Al cierre de dicho 4 trimestre de 2014, el total de suscripciones de telefonía móvil se situó en 101.8 millones, de las cuales el 69.91% poseía la compañía operadora Telcel; el 21.01% correspondieron a Telefónica Movistar; el 9.09% a Iusacell-Unefon; el 2.85% a Nextel; y el 0.14% a las Operadores Móviles Virtuales (Virgin Mobile, 0.12%; Maz Tiempo 0.02%)¹³⁹.

¹³⁸ Estas cifras representan un incremento con respecto al año 2010, cuando se registraron 65,6 personas por cada 100 habitantes que disponían de teléfono móvil en México, según el Censo de Población y Vivienda 2010 del INEGI. Recuperado de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/sisept/default.aspx?t=tin033&s=est&c=19367>. También representaron un aumento con relación al cierre del 4 trimestre de 2006, cuando la penetración de la telefonía móvil en México era de 53.2 suscripciones por cada 100 habitantes, mientras que el número de usuarios fue en ese mismo año de 55.74 millones de usuarios, según lo publicó la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel). Recuperado de <https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=http://www.ift.org.mx/sites/default/files/comunicacion-y-medios/informes/itelcuartotrimestre2006.ppt>

¹³⁹ Informe Estadístico 4 Trimestre 2014, publicado por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). Recuperado de <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/estadisticas/4ite14-vf.pdf>

Sin embargo, las cifras oficiales también reportan que ha sido relativamente baja la población mexicana que ha tenido acceso a Internet desde sus teléfonos móviles, aunque la tendencia de crecimiento se ha sostenido desde el año 2011 hasta el 2014. En el segundo trimestre de 2011 sólo el 7 por ciento de la población podía acceder a Internet por medio de sus teléfonos móviles, lo cual varió para el 4 trimestre de 2012, que ya ascendió al 21%. En el 4 trimestre de 2013 ya accedía el 29% de los usuarios de móviles, en tanto que en el 4 trimestre de 2014 podía navegar el 43 por ciento. A dicho crecimiento del acceso a internet desde los móviles, contribuyó la reforma de telecomunicaciones aprobada en México en junio de 2013, al disminuir 32.4% los precios de la telefonía móvil, según considera el IFT¹⁴⁰. El poder acceder a Internet desde los móviles, permite la consulta de noticias en la web móvil o bien en las aplicaciones nativas de noticias de los dispositivos móviles, como los smartphones y tabletas, entre otros.

En un estudio efectuado por Cobos (2011:61-62) se registró que la plataforma móvil con mayor tasa y velocidad de adopción, por parte de los diarios mexicanos, fue el IOS de Apple, con sus dispositivos iPhone, iPad y iPod Touch, frente a otras plataformas como Android, Blackberry OS, Symbian, Windows Phone y de dispositivos móviles como Samsung, Nokia y BlackBerry, entre otros. En ese contexto, de los 202 diarios impresos generalistas de pago detectados en México, en el periodo de 2008 a 2014, 34 lanzaron apps de noticias para el iPhone y un estimado de 27 periódicos impresos lo hicieron para el aparato iPad. De acuerdo

¹⁴⁰ “Las telecomunicaciones a 3 años de la reforma constitucional en México”, publicado por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). Recuperado de <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/unidad-de-competencia-economica/a3aniosdelareforma-espanol.pdf>

con los datos empíricos recopilados en la App Store de Apple¹⁴¹, el primer diario generalista de pago mexicano que publicó su aplicación de noticias para el iPhone en la App Store fue el periódico *El Universal*, con sede en la ciudad de México, con fecha del 20 de diciembre de 2008. Pocos meses después, el 09 de abril de 2009, el periódico *Milenio Diario* publicó su app; en tercer sitio de publicación o registro aparece el Grupo Reforma, el 22 julio de 2009, con su cadena de tres diarios: *Reforma* en la ciudad de México, *El Norte* en Monterrey, Nuevo León, y *Mural* en la ciudad de Guadalajara, Jalisco; mientras que *La Jornada*, de la ciudad de México, lanzó su app el 09 de abril de 2010; y en quinto lugar se encuentra *El Imparcial*, de Hermosillo, Sonora, con fecha de registro de su aplicación para el iPhone el 12 de mayo de 2010. Una tercera parte de los diarios pioneros que publicaron sus apps de noticias para el iPhone, en la App Store de Apple, se concentraron en la ciudad de México, mientras que el resto se distribuyó en las ciudades de la provincia mexicana.

En una encuesta realizada por la revista mexicana Merca2.0 en 2011, a un total de 906 usuarios mexicanos de smartphones en general, de 18 a 45 años de edad, y a la que tuvo acceso el autor de este trabajo de investigación, el 10 por ciento dijo contar con aplicaciones para acceder a noticias a través de su dispositivo móvil. De acuerdo con esa misma encuesta, el 3 por ciento consultaba las noticias del diario *El Universal* y el 2 por ciento el periódico *Reforma*, aunque no precisaba con qué frecuencia accedían los usuarios a ambos medios de la Ciudad de México.

¹⁴¹ Para contrastar y cruzar la información sobre los datos recopilados en la App Store de Apple se tomó como referencia el Padrón Nacional de Medios Impresos (PNMI) de la Secretaría de Gobernación del Gobierno del México y también el catálogo de Medios Impresos e Internet 2014 del Instituto Federal Electoral. Recuperado de http://www.ine.mx/archivos2/DS/recopilacion/JGEor201401-24ac_01P04-01x01.pdf

Figura No. 25
App de noticias de *El Universal*
para iPhone



Figura: captura de pantalla
Fuente: App de noticias de *El Universal*
para iPhone

A continuación se muestra la lista y cronología de al menos 34 diarios impresos mexicanos generalistas de pago, que lanzaron sus versiones para el iPhone en el lapso de 2008 al 2014, mismas que se presentan en la figura número 26.

Figura No. 26
Periódicos mexicanos pioneros en el lanzamiento
de apps de noticias para iPhone

Orden de aparición de las apps	Nombre del diario impreso	Lugar sede del diario impreso	Fecha de lanzamiento de su app
1	<i>El Universal</i>	Cd. de México	20/12/2008
2	<i>Milenio Diario</i>	Cd. de México	09/04/2009
3	<i>Reforma</i>	Cd. de México	22/07/2009
3	<i>El Norte</i>	Monterrey	22/07/2009
3	<i>Mural</i>	Guadalajara	22/07/2009
4	<i>La Jornada</i>	Cd. de México	09/04/2010
5	<i>El Imparcial</i>	Hermosillo	12/05/2010

6	<i>Frontera</i>	Tijuana	19/05/2010
7	<i>La Crónica</i>	Mexicali	22/05/2010
8	<i>Vanguardia</i>	Saltillo	22/06/2010
9	<i>Excélsior</i>	Cd. de México	10/07/2010
10	<i>El Siglo de Torreón</i>	Torreón	17/09/2010
11	<i>El Siglo de Durango</i>	Durango	26/09/2010
12	<i>La Razón</i>	Cd. de México	19/10/2010
13	<i>Vanguardia Móvil</i>	Saltillo	24/11/2010
14	<i>Expreso</i>	Hermosillo	08/01/2011
15	<i>Siglo Torreón</i>	Torreón	21/01/2011
16	<i>El Economista</i>	Cd. de México	25/01/2011
17	<i>Zócalo</i>	Saltillo	01/04/2011
18	<i>La Crónica de Hoy</i>	Cd. de México	13/05/2011
19	<i>Periódico AM</i>	Guanajuato	27/05/2011
20	<i>El Debate</i>	Culiacán	27/07/2011
21	<i>El Informador</i>	Guadalajara	20/09/2011
22	<i>El Mexicano</i>	Tijuana	23/11/2011
23	<i>La Jornada Aguascalientes (inactiva)</i>	Aguascalientes	27/04/2012
24	<i>Índigo Vivo</i>	Cd. de México	04/05/2012
25	<i>El Horizonte</i>	Monterrey	17/04/2013
26	<i>24 Horas</i>	Cd. de México	03/05/2013
27	<i>El Financiero</i>	Cd. de México	10/07/2013
28	<i>Tabasco Hoy</i>	Tabasco	28/01/2014
29	<i>El Siglo de Coahuila</i>	Coahuila	06/06/2014
30	<i>El Diario de Coahuila</i>	Coahuila	24/07/2014
31	<i>Periódico AM para móvil</i>	Guanajuato	14/11/2014
32	<i>Novedades Quintana Roo</i>	Quintana Roo	04/12/2014

Total 34			
----------	--	--	--

Figura: elaboración propia

Fuente: App Store de Apple. Consultada el 30/12/2014.

Por otra parte, y con respecto al iPad, las primeras ventas de ese tipo de aparatos en México se registraron el 23 de julio de 2010, poco más de tres meses después de su inicial lanzamiento oficial en San Francisco, California, Estados Unidos. (Apple España, comunicado del 19/07/2010). Sin embargo, el periódico mexicano *La Jornada* ya había publicado el 9 de abril de 2010 su *app* de noticias gratuita en la App Store de Apple, siguiéndole en segundo lugar el diario de Saltillo, Coahuila, denominado *Vanguardia* el 22 de junio de ese mismo año; en tanto que *Milenio Diario*, con sede en la ciudad de México, lo hizo el 3 de julio de 2010, según los datos históricos de las versiones de las aplicaciones que muestra dicha tienda virtual.

Mediante observación directa y revisión de la App Store de Apple, en su categoría de “Noticias”, que abarcó el listado de aplicaciones publicadas hasta el año 2014 en la mencionada tienda virtual de Apple, se detectaron al menos 27 diarios generalistas de pago en México que tenían registradas aplicaciones o *apps* para ofrecer información a través del iPad. En la observación no se detectó algún diario generalista mexicano que tuviera registrada una aplicación de pago por suscripción a su servicio informativo en el soporte iPad, con excepción del diario *Reforma*, con sede en la Ciudad de México, que forma parte del Grupo Reforma, que sí estableció un sistema de pago mediante la instrumentación de diversas tarifas. Los diarios impresos generalistas de pago en México, con aplicación de noticias propia para iPad, tienen características y contenidos variados, los cuales incluyen su versión impresa, audio y vídeo, entre otras prestaciones. El formato

que han tenido dichas versiones son de dos tipos, fundamentalmente: el básico y el multimedia. El básico es el que incluye sólo contenido de la versión impresa y el formato multimedia contiene texto, audio y video adaptado para la versión iPad. Con respecto a la configuración de las aplicaciones de noticias que han lanzado algunos diarios mexicanos generalistas, para las plataformas móviles del iPhone y el iPad, han presentado un desarrollo desigual en prestaciones, con características, contenidos y formatos variados. Por ejemplo, el estudio realizado por Tania Lucía Cobos Cobos (2011:103-106) sobre las aplicaciones móviles de los diarios mexicanos *El Norte* de Monterrey, Nuevo León, México, y *El Universal*, con sede en la Ciudad de México, muestra variaciones en cuanto a los contenidos y la estabilidad de las *apps* de noticias en ambos periódicos. En el caso de la aplicación de *El Norte* para el iPhone, ésta ha tenido un formato multimedia y ha sido “rica en contenido y estable”, con 19 secciones que contaban con gran cantidad de contenido noticioso; además constaba de cuatro secciones con contenido no noticioso; tenía acceso a los textos completos de la versión impresa; módulos de noticias relacionadas y de “Las más vistas”; galerías fotográficas y de vídeos; actualización frecuente y automática del contenido, y en tiempo real en las secciones Divisas y Clima; incluía la interactividad al permitir comentarios en las notas y sondeos de opinión; mostraba la función de compartir información y fotografías en las redes sociales de Facebook y Twitter, así como vía correo electrónico; motor de búsqueda que incluía fecha y secciones; descarga del periódico impreso y la edición de la web para leerla en modo *offline*; envío de alertas noticiosas; presencia de publicidad *online* y del impreso; no había cobro por la descarga de la *app* ni tampoco dentro de la aplicación (inicialmente, porque

después estableció también pago por suscripción a las plataformas móviles); no se encontró que estimulara la generación de contenido por parte del usuario, ni tampoco se localizaron prestaciones de geolocalización, realidad aumentada, códigos QR, entre otros aspectos. Con respecto a la *app* de *El Norte* para el iPad, en el mismo estudio de Cobos se detectó una aplicación con formato multimedia y “rica en contenido pero con problemas de estabilidad, además de ser más limitada en funciones y otros aspectos en comparación con la disponible para iPhone/iPod Touch” (Cobos, 2011:104). Asimismo, se encontró en el mencionado estudio que la *app* para Ipad de *El Norte* tenía 16 secciones que contaban con gran cantidad de contenido noticioso; sin presencia de contenido no noticioso; acceso a los textos completos de la versión impresa; con un módulo de noticias sobre “Las más vistas”; galerías fotográficas y de vídeos; actualización frecuente y automática del contenido; con interactividad que permitía comentarios en las noticias; incluía la función de compartir información y fotografías en las redes sociales de Facebook y Twitter, así como vía correo electrónico; motor de búsqueda básico y avanzado; descarga del periódico impreso y la edición de la web para leerla en modo *offline*; envío de alertas noticiosas; presencia de publicidad *online* y del impreso, sin costo por la descarga de la app ni cobro dentro de la aplicación (inicialmente, porque después estableció también pago por suscripción a las plataformas móviles); no se encontró que estimulara la generación de contenido por parte del usuario, ni tampoco se localizaron prestaciones de geolocalización, realidad aumentada, códigos QR, entre otros aspectos.

En el caso de la *app* de *El Universal* para iPhone, que 280 mil usuarios ya la habían descargado en 2011, se detectó con un formato multimedia, “rica en contenido pero con problemas de estabilidad y arquitectura informativa”, con 18 secciones que contaban con gran cantidad de contenido noticioso; además se encontró presencia de contenido no noticioso; descuidado manejo en el despliegue de la noticia; con módulos de noticias relacionadas, de galerías fotográficas y de vídeos; podcasts; actualización frecuente y automática del contenido; la función de compartir información y fotografías en las redes sociales de Facebook y Twitter, así como vía correo electrónico; motor de búsqueda sencillo; personalización del menú inferior de la aplicación; envío de alertas noticiosas; presencia de publicidad *online*; sin costo por la descarga de la *app* ni cobro dentro de la aplicación; no se encontró interactividad; carecía de la versión impresa; no estimulaba la generación de contenido por parte del usuario; ni tampoco se localizaron prestaciones de geolocalización, realidad aumentada y códigos QR, entre otros aspectos. Con respecto a la *app* de *El Universal* para el iPad, en el mismo estudio de Cobos, se detectó una aplicación con formato básico y “muy limitada en contenido, escasas funciones, lenta, extremadamente inestable y muy lejos de lo ofrecido por la aplicación para iPhone/iPod Touch” (Cobos, 2011:105). También se halló que la mencionada *app* de *El Universal* para iPad tenía escaso contenido noticioso, con cuatro secciones del impreso y ocho secciones de la edición en la web; la aplicación privilegiaba la edición impresa, pero además presentaba problemas de resolución al tratar de desplegarla para su lectura, ya que no era PDF, sino imagen; ausencia de galerías fotográficas, de vídeos y de audios; falta de contenido no noticioso; actualización manual de los

contenidos; ausencia de interactividad, aunque invitaba a los usuarios a seguir la página del periódico en Facebook y Twitter; contaba con la función de compartir en ambas redes sociales y vía correo electrónico; motor de búsqueda básico; tenía como publicidad sólo la del impreso; ausencia de publicidad digital; no tenía costo por descargar la *app* ni dentro de ésta; no estimulaba la generación de contenido por parte del usuario; ni tampoco se localizaron prestaciones de geolocalización, realidad aumentada y códigos QR, entre otros aspectos.

El estudio descrito anteriormente arrojó, a grandes rasgos, que las *apps* de noticias del iPhone y del iPad del periódico *Reforma* tenían un formato multimedia, rico en contenido y estable; mientras que la *app* de noticias del iPhone del diario *El Universal* también se detectó con un formato rico en contenido, pero con problemas de estabilidad y arquitectura informativa, en tanto que la *app* del iPad, del mismo medio impreso, mostró muy limitado contenido, escasas funciones, fue lenta y extremadamente inestable.

Figura No. 27
Periódicos mexicanos con *apps* de noticias para iPad

ORDEN DE APARICIÓN DE LAS APPS	NOMBRE DEL DIARIO IMPRESO	LUGAR SEDE DEL DIARIO	FECHA DE SU LANZAMIENTO PARA IPAD
1	<i>La Jornada para iPad</i>	Cd. de México	09/04/2010
2	<i>Vanguardia para iPad</i>	Saltillo, Coahuila	22/06/2010
3	<i>Milenio impreso</i>	Cd. de México	03/07/2010
4	<i>El Universal+ para iPad</i>	Cd. de México	01/08/2010
5	<i>Reforma (en línea + impreso)</i>	Cd. de México	02/08/2010

5	<i>El Norte (en línea + impreso)</i>	Monterrey, Nuevo León	02/08/2010
5	<i>Mural (en línea + impreso)</i>	Guadalajara, Jalisco	02/08/2010
6	<i>El Imparcial para iPad</i>	Hermosillo, Sonora	08/11/2010
7	<i>Frontera para iPad</i>	Tijuana, Baja California	14/12/2010
8	<i>La Crónica para iPad</i>	Mexicali, Baja California	15/12/2010
9	<i>La Razón HD</i>	Cd. de México	20/05/2011
10	<i>La Crónica de Hoy para iPad</i>	Cd. de México	13/07/2011
11	<i>El Debate</i>	Culiacán, Sinaloa	27/07/2011
12	<i>El Economista</i>	Cd. de México	09/08/2011
13	<i>El Mexicano</i>	Tijuana, Baja California	23/09/2011
14	<i>El Informador</i>	Guadalajara, Jalisco	03/10/2011
15	<i>El Siglo de Torreón</i>	Torreón, Coahuila	07/01/2012
16	<i>24 Horas</i>	Cd. de México	17/02/2012
17	<i>Zócalo</i>	Coahuila	13/03/2012
18	<i>Excélsior</i>	Cd. de México	20/04/2012
19	<i>Reporte Índigo 5 Días</i>	Cd. de México	28/04/2012
20	<i>El Horizonte</i>	Monterrey	17/04/2013
21	<i>El Financiero</i>	Cd. de México	10/07/2013

22	<i>El Siglo de Durango</i>	Durango	13/05/2014
23	<i>Periódico AM</i>	Guanajuato	11/07/2014
24	<i>El Diario de Coahuila</i>	Saltillo	23/07/2014
25	<i>Novedades Q. Roo</i>	Quintana Roo	04/12/2014

Figura: Elaboración propia

Fuente: App Store de Apple, categoría Noticias. Consultada el 30/12/2014.

Con respecto a los datos estadísticos de Sonora, 82,9 personas por cada 100 habitantes contaban con suscripciones de teléfonos móviles en 2010, mientras que su población total era de 2.615.993 habitantes. Estos datos muestran que Sonora se encontraba muy por encima de la media nacional en cuanto a suscripciones de telefonía móvil, que en 2010 era de 65,6 personas por cada 100 habitantes de México¹⁴².

En el rubro de diarios de papel en Sonora, el Padrón Nacional de Medios Impresos (PNMI) de la Secretaría de Gobernación del gobierno de la República, registró 26 publicaciones periódicas en territorio sonorense en octubre de 2013, de las cuales sólo 14 correspondieron a diarios impresos¹⁴³. De esos 14 periódicos de papel

¹⁴² La fuente de tales datos es el Censo de Población y Vivienda 2010 del INEGI. Recuperado de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/sisept/default.aspx?t=tin033&s=est&c=19367>

¹⁴³ Los datos del Padrón Nacional de Medios Impresos (PNMI) fueron recuperados de <http://pnmi.segob.gob.mx/>. De la lista total de 26 publicaciones impresas periódicas de Sonora registradas en dicho padrón oficial, fueron depuradas las revistas mensuales y las semanales, por no encontrarse contempladas dentro del universo de este estudio, que está acotado a los diarios impresos generalistas de pago. Después de la criba de publicaciones que no eran diarios impresos en 2013, del listado total del PNMI en el estado de Sonora, quedaron sólo 11 diarios impresos, cifra a la que se le agregaron tres periódicos impresos más, ya que no aparecían en el PNMI, pero que fueron detectados por el autor de la presente tesis doctoral mediante una búsqueda empírica en los directorios especializados sobre la prensa escrita en Internet

detectados, sólo los diarios *El Imparcial* y *Expreso*, ambos con sede en la ciudad de Hermosillo, lanzaron apps de noticias para el iPhone, mientras que *El Imparcial* lo hizo para el aparato iPhone y también para el iPad, entre otras plataformas móviles. Al concluir el año de 2014, *El Imparcial* y *Expreso* mantenían en funcionamiento y actualizadas sus aplicaciones para el iPhone, en tanto que *El Imparcial* continuaba además con la distribución de noticias a través de la aplicación del iPad. En ese mismo año 2014, no se detectó el lanzamiento de nuevas apps de noticias por parte de algún otro periódico generalista de pago sonoreense.

5.3 La integración de las plataformas móviles en *El Imparcial*

La integración de las plataformas móviles en *El Imparcial* ha atravesado por tres etapas de su historia reciente¹⁴⁴: la etapa de los SMS y MMS noticiosos, que abarcó la primera década del siglo XXI; la etapa de la web móvil (2006-a la actualidad); y la etapa de las aplicaciones móviles (2010-a la actualidad). La figura número 7 de la presente tesis doctoral, localizada en la p.353-354, muestra la matriz del desarrollo de las plataformas móviles de dicho periódico hermosillense.

(www.prensaescrita.com y <http://www.omninternet.com.mx/periodicos/index.asp>), así como cotejados con sus respectivas direcciones en la web.

¹⁴⁴ La empresa editora de *El Imparcial* también había ofrecido en la segunda mitad de la década de los noventa del siglo XX sus servicios informativos a través de la telefonía fija, proyecto periodístico que no prosperó, pero que le permitió experimentar en un campo distinto al tradicional impreso y le permitió obtener información sobre el consumo de sus lectores. “Uno de los proyectos que fracasaron fue el servicio de Información y Noticias por Teléfono (INT) que a través de una llamada ofrecía las noticias del día, deportes, espectáculos, el estado del tiempo, la hora y contaba con secciones curiosas de canciones de moda y de chistes. Se le dio al servicio una amplia promoción a través del periódico, pero fue inútil. Pronto se descubrió que al público y a los anunciantes no les agradaba informarse por la vía telefónica [fija], además de que la tecnología para este sistema era bastante defectuosa. No obstante se detectó que las ‘soft news’ (deportes, música, chistes) eran notoriamente más consultadas que la información de primera plana lo que sería tomado muy en cuenta a la hora de configurar la página de Internet” (Healy, 1997:68).

La empresa editora de *El Imparcial* impreso comenzó, durante la primera década del siglo XXI, a lanzar sus plataformas móviles de distribución de noticias, teniendo como matriz general al periódico de papel. En esta primera etapa de su desarrollo de las plataformas móviles, *El Imparcial* produjo las denominadas alertas de noticias para usuarios de teléfonos móviles registrados a dicho servicio, pero a través de una operadora de telefonía móvil. El sistema de envío de alertas de noticias a los móviles o celulares se realizó del 2008 al 2009 y después se suspendió ese servicio. El desarrollo de esa plataforma lo hizo una empresa brasileña para *El Imparcial*, mediante la cual se distribuían SMS o MMS noticiosos a los usuarios suscritos a dicho servicio. Eran mensajes cortos con noticias de interés (Espinoza, entrevista 2014).

Durante la etapa de la web móvil, *El Imparcial* creó su versión para la mencionada plataforma móvil, al final de 2007, con el propósito de que los usuarios de teléfonos móviles pudieran acceder a dicho sitio exclusivo para móviles, “fue en la época que existía el boom de los smartphones, como Blackberry, Nokia, cuando ya podías navegar en Internet y consultar las noticias de los periódicos” (Espinoza, entrevista 2014). En el año 2007, *El Imparcial* también promovía en sus páginas de papel que los lectores se convirtieran en reporteros ciudadanos, tomando las fotografías con su teléfono móvil o una cámara digital sobre algún suceso o bien presentaran alguna denuncia pública, invitándolos a que enviaran sus imágenes a los correos electrónicos de sus editores de la sección local “Metro”. El mencionado diario impreso establecía en sus promocionales: “¡Publica tus fotos!”, “Háganos llegar sus fotos y conviértase en un reportero ciudadano” (*El imparcial*, 13/02/2007).

Figura No. 28
Invitación de *El Imparcial* a ciudadanos
para colaborar con fotos de sus móviles



Imagen propia Fuente: *El Imparcial* impreso del 13/02/2007

Posteriormente, durante la tercera etapa, denominada de las aplicaciones móviles, la empresa editora de *El Imparcial* lanzó el 12 de mayo de 2010 su primera *app* de noticias para el iPhone y, casi al final de ese mismo año, el 8 de noviembre, empezó a distribuir sus noticias mediante su *app* para el iPad, correspondiente a su diario más antiguo, *El Imparcial*, con sede en Hermosillo, Sonora, México. La misma empresa editora lanzó después la *app* de noticias para su periódico filial *Frontera* de Tijuana, Baja California, el día 13 de diciembre de 2010, mientras que la tercera *app* la publicó al día siguiente, el 14 de diciembre, de su otro diario filial *La Crónica*, con sede en la ciudad de Mexicali, Baja California, México.

En cuanto a su forma organizativa, la plantilla de reporteros de la empresa editora de *El Imparcial* genera inicialmente los contenidos para el diario impreso y la web *elimparcial.com*, los cuales son entregados a los editores de *elimparcial.com* y,

luego de ser adaptados mediante un software, los distribuye en forma automatizada a los usuarios que consultan la información en las aplicaciones de los iPhone y iPad. Las apps de noticias de *El Imparcial* para ambos aparatos de Apple son desarrolladas por una empresa externa, la cual las desarrolla y actualiza sus versiones (Espinoza, entrevista 2014). En su presentación en la App Store de Apple, la aplicación de *El Imparcial* para iPhone señala:

La aplicación de *El Imparcial* para Iphone le lleva de manera gratuita y de la forma más práctica las últimas noticias y los eventos más relevantes de Sonora, México y el mundo, con la calidad y credibilidad que distingue a las publicaciones de Periódicos Healy. En nuestra aplicación podrá encontrar las siguientes secciones: Noticias, Galerías, Videos y las Más Vistas. Adicionalmente le ofrece funcionalidades como la facilidad de guardar sus notas favoritas y el poder buscar noticias dentro de la aplicación. Será nuestro propósito el actualizar de manera constante nuestra aplicación y así ofrecer la mejor experiencia y el contenido más completo. (Apple, recuperado de <https://itunes.apple.com/us/app/el-imparcial/id371888610?mt=8>).

Desde su lanzamiento en 2010, en la categoría de noticias de la App Store de Apple, la versión de *El Imparcial* para iPhone ha sido gratuita y la actualizaron al menos en 16 ocasiones hasta el año 2014. Las 117 valoraciones hechas por distintos usuarios, en ese lapso de cuatro años, han sido variadas, con 40 reseñas emitidas por los usuarios, desde quienes las rechazan hasta quienes la elogian, teniendo un promedio de 2.5 estrellas, de un máximo de cinco estrellas para la mejor evaluación, es decir, tiene una calificación regular.

La *app* de *El Imparcial* para el Iphone se encuentra en el lugar 51 del top *apps* gratuitas de Iphone, de 200 aplicaciones mostradas de la categoría de “Noticias” de la App Store de Apple.

Figura No. 29
App de noticias de *El Imparcial* para iPad



Figura: captura de pantalla

Fuente: App de noticias de *El Imparcial* para iPad

En el caso del Ipad, y desde su lanzamiento en 2010 en la categoría de noticias de la App Store de Apple, la versión de *El Imparcial* para dicha tableta ha sido gratuita y la actualizaron al menos en 18 ocasiones hasta el año 2014. Las 76 valoraciones hechas por distintos usuarios en ese lapso de cuatro años han sido variadas, con 20 reseñas emitidas por los usuarios, desde quienes las rechazan hasta quienes la elogian, teniendo un promedio de 2.5 estrellas, de un máximo de cinco estrellas para la mejor evaluación, es decir, tiene una calificación regular. La app de *El Imparcial* para el Ipad se encuentra en el lugar 76 del top app gratuitas de Ipad, de 200 aplicaciones mostradas de la categoría de “Noticias” de la App Store de Apple.

Figura No. 30

Apps de noticias para iPhone y iPad de El Imparcial y sus filiales

APPS DE NOTICIAS DE EMPRESA EDITORA DE EL IMPARCIAL	NOMBRE DE LA VERSIÓN	VERSIÓN INICIAL DE LA APP	CANTIDAD DE ACTUALIZACIONES DE LA VERSIÓN DE LA APP HASTA EL 2014	LUGAR SEDE DEL DIARIO O COBERTURA GEOGRÁFICA PRINCIPAL	FECHA DE PUBLICACIÓN DE LA PRIMERA VERSIÓN DE LA APP
1	<i>El Imparcial</i> para iPhone	Sin registro de versión inicial	16	Hermosillo, Sonora	12/5/2010
2	<i>Frontera</i> para iPhone	1.0.0	18	Tijuana, Baja California	19/05/2010
3	<i>La Crónica</i> para iPhone	1.0.0	15	Mexicali, Baja California	22/05/2010
4	<i>El Imparcial</i> para iPad	1.0.0	18	Hermosillo, Sonora	08/11/2010
5	<i>Frontera</i> para iPad	1.0.2	13	Tijuana, Baja California	14/12/2010
6	<i>La Crónica</i> para iPad	1.0.2	11	Mexicali, Baja California	15/12/2010
7	<i>Frontera Ensenada</i> para iPad	2.0.4	5	Ensenada, Baja California	17/02/2013
8	<i>Frontera Ensenada</i> para iPhone	2.1.2	6	Ensenada, Baja California	01/03/2013
9	<i>Frontera San Diego</i> para iPad	1.0.0	Ninguna	San Diego, California, Estados Unidos	17/10/2014
10	<i>Frontera San Diego</i> para iPhone	1.0.0	Ninguna	San Diego, California, Estados Unidos	21/10/2014

Figura: Elaboración propia

Fuente: App Store de Apple, categoría Noticias

Las aplicaciones de *El Imparcial* para iPhone y iPad han permitido la visualización de las ediciones impresas, actual y de ejemplares anteriores, ligas a elementos interactivos de la edición impresa, descarga para su lectura fuera de línea, búsqueda y guardado de notas favoritas, notas de la edición impresa disponibles en versión de texto, menú principal personalizable, envío de notificaciones, visualización de vídeos y opción para enviar fotos a la sección de Reportero Ciudadano, entre otras funciones. Los contenidos informativos son adaptados de su web tradicional y de la información generada por los reporteros de la plataforma impresa (Espinoza, entrevista 2014).

5.4 La distribución móvil de noticias y su modelo de negocio

Como ya se planteó en el apartado teórico metodológico de esta tesis doctoral, la *prensa industrial* mexicana fue clasificada o dividida como *prensa industrial impresa* (1916-a la actualidad), *prensa industrial web* (1995-a la actualidad) y *prensa industrial móvil* (primera década del siglo XXI a la actualidad).

La prensa industrial mexicana se define como multiplataforma cuando basa su negocio en la distribución de sus noticias en dos o más plataformas (de papel, de la web o del móvil) y utiliza tanto las redes físicas como las redes virtuales para distribuir su información a las audiencias. Entre las primeras, figura la distribución del periódico de papel en su red de kioskos y en los domicilios de los suscriptores, etc., mientras que entre las segundas, se encuentra la distribución noticiosa mediante las plataformas web o de las *apps* móviles. En la prensa industrial multiplataforma funcionan ambos tipos de redes de distribución de noticias, las físicas y las virtuales, de las cuales, estas últimas, están adquiriendo mayor

presencia en las audiencias, sobre todo a través de las plataformas de las redes sociales y de las *apps* móviles.

La figura número 31 de este trabajo de investigación muestra la cantidad de consultas o accesos a las noticias de las ediciones móviles de la empresa multiplataforma editora de *El Imparcial*, en el periodo comprendido de 2010 al 2014, por parte de los usuarios de los dispositivos móviles, como *smartphones* y tabletas. Durante el año 2010 aparecen 285 mil 80 usuarios en un solo rubro denominado “Móviles”, con un millón 467 mil 50 sesiones realizadas, es decir, no se especifica el tipo de dispositivo móvil utilizado por parte del usuario, ya sea un aparato *smartphone* o tableta.

A partir del siguiente año de dicha figura número 31, es decir el 2011, comienza una tendencia creciente de usuarios y la cantidad de sesiones que hicieron, los cuales en adelante se especifican por el tipo de dispositivo móvil que usaron, ya sea *smartphone* o tableta, para consultar las noticias en ambas aplicaciones de *El Imparcial*. En el caso de los usuarios de *smartphone* empiezan en 2011 con la cifra de 509.875, los cuales ejecutaron un total de 3.418.645 sesiones, mientras que en el año 2014 los usuarios ascienden a la cantidad de 2.895.412, lo que representa un crecimiento superior al 400%. En cuanto a los usuarios de tabletas, estos arrancan en el 2011 con la cifra de 5.655, con 64.088 sesiones efectuadas y alcanzan en el 2014 un total de 608.764 usuarios, con 2.406.974 sesiones realizadas, reflejando un incremento exponencial.

Figura No. 31

Visitas a las versiones móviles de *El Imparcial* 2010-2014

Categoría de dispositivos	Sesiones	Usuarios	Páginas/sesión	Duración media de la sesión	Periodo
Móviles	1.467.050	285.080	2,55	00:04:18	2010
Smartphone	3.418.645	509.875	3,09	00:04:03	2011
Tableta	64.088	5.655	3,42	00:03:02	2011
Smartphone	5.714.502	842.918	2,99	00:03:30	2012
Tableta	1.364.800	168.584	5,20	00:05:46	2012
Smartphone	8.446.004	1.763.712	2,78	00:03:40	2013
Tableta	2.760.615	426.547	4,39	00:06:04	2013
Smartphone	11.526.360	2.895.412	2,40	00:03:40	2014
Tableta	2.406.974	608.764	3,47	00:05:24	2014

Figura: Elaboración propia

Fuente: Estadísticas proporcionadas por César Espinoza 2014; Google Trends

Con respecto al tipo y marca de dispositivo que utilizaron los usuarios que consultaron las aplicaciones móviles de *El Imparcial*, sólo se tuvo acceso a las estadísticas correspondientes al 2012, año en el que el iPhone ocupó el primer sitio, siguiéndole en segundo lugar el iPad y después otras marcas como Blackberry, Samsung y Motorola, así como otras no especificadas, que se muestran en la figura número 32.

Figura No. 32

Visitas a versiones móviles de *El Imparcial*, según dispositivo y marca 2012

Tipo y marca de dispositivo móvil	Visitas	Páginas/Visita	Periodo
Iphone	240.023	2,61	Diciembre 2012
Ipad	126.477	3,91	Diciembre 2012
No especificado	67.607	2,94	Diciembre 2012
Ipod	32.972	2,32	Diciembre 2012
Blackberry 9300 Curve 3G	18.085	4,15	Diciembre 2012
Samsung GT-S5830L Galaxy Ace	16.504	3,13	Diciembre 2012
Opera Mini 6 (navegador móvil para Android)	12.412	2,41	Diciembre 2012
Motorola XT910 RAZR XT910 Spyder	11.357	3,60	Diciembre 2012
Blackberry 9900 Dakota	10.789	3,93	Diciembre 2012
Samsung GT-19100 Galaxy SII	10.662	3,29	Diciembre 2012

Figura: Elaboración propia

Fuente: Estadísticas proporcionadas por César Espinoza 2014; Google Trends

Ahora bien, en el sector de las comunicaciones móviles hay al menos dos tipos de empresas: las que nacieron reciente y exclusivamente para la comunicación móvil y las compañías consolidadas que integraron al medio móvil a sus productos tradicionales. En el caso de las primeras, son las denominadas empresas nativas y las segundas son las empresas migrantes. Entre las nativas¹⁴⁵, se distinguen las productoras de videojuegos o de publicidad, mientras que entre las empresas migrantes figuran los periódicos impresos, televisoras y otras (Scolari *et al.*, 2009:179). En el presente trabajo de tesis doctoral nos enfocamos en las empresas consolidadas migrantes y en particular en los periódicos de papel de información general y de pago.

Dentro de estas compañías [migrantes] predominan las del entorno periodístico, ya que utilizan al nuevo canal como una plataforma más para difundir sus contenidos informativos. En la mayoría de los casos la producción para dispositivos móviles surge como un apéndice de los contenidos dirigidos a la web, y en ese sentido aún no poseen un modelo de negocio maduro (Scolari *et al.*, 2009:172-173).

La falta de maduración en los modelos de negocio de las plataformas móviles está relacionada con la etapa temprana del desarrollo en que se encuentran las versiones móviles de noticias de los periódicos y al hecho de que existen características que aún no las han desplegado en forma plena, como la geolocalización informativa y la realidad aumentada, entre otras funciones propias del entorno de la movilidad. No obstante esa relativa reciente aparición, hay empresas periodísticas migrantes consolidadas que han incursionado en el entorno móvil y que han experimentado con distintos modelos de negocio, en su

¹⁴⁵ Entre las empresas nativas ha surgido además el modelo de subvención o *crowdfundig* para financiar su creación y desarrollo, aunque este modelo se encuentra en una etapa temprana, pero ha permitido el surgimiento de empresas nativas móviles.

búsqueda para diversificar la distribución de noticias y lograr una rentabilidad en el ámbito de las plataformas móviles.

Estos modelos de negocio son principalmente: el publicitario y el de suscripciones.

El modelo publicitario se basa fundamentalmente en la venta de espacio a los anunciantes, cuyo coste por millar se ha abaratado y no ha resultado atractivo del todo para las empresas migrantes en los móviles, aunque lo incluyen en su oferta a los clientes. Por su parte, el modelo de suscripciones se basa en el pago por las consultas de las noticias en las plataformas móviles. Por este último modelo se han decantado varias empresas en el mundo, como *Financial Times* y *The Wall Street Journal*, entre otras (Aguado y Castellet, 2013:205-207), mientras que en México el Grupo Reforma cuenta con muro de cobro para acceder a las plataformas móviles de sus diarios generalistas *Reforma*, *El Norte* y *Mural*. Ambos modelos aún no han madurado lo suficiente, ya que se encuentran en una etapa embrionaria, de experimentación y dependiente de la matriz del periódico impreso. Y señalamos que son modelos dependientes porque en su operación actual están a expensas, en cuanto a sus ingresos, del diario de papel. Se ha definido como un modelo de negocio dependiente debido a que las plataformas móviles son una especie de apéndice del diario impreso, ya que éste es su matriz financiera y también es su cobijo en cuanto a infraestructura y equipamiento, mientras que en el plano de los contenidos, las plataformas móviles son dependientes porque las noticias que distribuye provienen esencialmente de las noticias generadas por las redacciones de la plataformas de la web y del papel.

El marco conceptual, recuento e interpretación histórica expuesta en el apartado teórico-metodológico y aplicado en los capítulos I y II de esta tesis doctoral,

también se hizo extensivo al estudio de caso en torno al diario generalista *El Imparcial*, fundado en el año de 1937, hecho con el cual inició además la etapa histórica de la denominada *prensa industrial* en el estado de Sonora, y cuya evolución muestra las distintas fases de su desenvolvimiento, no solo de la plataforma de papel, sino también de las plataformas de distribución de noticias en la web (1995) y en los móviles, estos últimos como smartphones y tabletas (2010). José Abraham Mendívil Rincón fundó *El Imparcial* como una pequeña empresa informativa y en 1942 traspasó su propiedad al periodista José S. Healy Brennan, este último quien sentó las bases para que sus descendientes –hijo y nietos- la convirtieran en la principal empresa editora de periódicos en el noroeste de México, con la creación de *La Crónica* (1990) en Mexicali, *Frontera* (1999) en Tijuana y *Frontera Ensenada* (2012) en Ensenada, Baja California, que tienen una distribución conjunta de al menos 75 mil ejemplares al día y 850 empleados directos.

La empresa editora del periódico impreso *El Imparcial* ha sido la matriz que ha creado y lanzado las plataformas de distribución de noticias a través de la web y de los móviles, a las cuales ha mantenido en funcionamiento y crecimiento durante las dos últimas décadas, ya que ha establecido planes y programas de reorganización empresarial, de modernización tecnológica y capacitación para sus empleados con el propósito de no rezagarse o estancarse en su desarrollo, pese a que éste se ha dado en un contexto de crisis económicas generales en México.

La distribución de noticias a través de las plataformas de la web y de los móviles en general es el resultado de una tendencia que ha crecido en el ciberespacio y el entorno de movilidad y que se prevé perdure en los próximos años. La tendencia

mundial así lo indica, como también lo muestran las estadísticas de crecimiento de los accesos y consultas en las plataformas de la web y de los móviles de *El Imparcial*.

La aparición de la web ha implicado riesgos y preocupación para el desarrollo y la viabilidad de la industria periodística de papel, en el mundo desarrollado y periférico, a partir de la segunda mitad de los noventa del siglo XX, prensa generalista de pago que aún se encuentra en un proceso de búsqueda, durante las últimas dos décadas, de alguna fórmula que la ayude a sortear su futuro avance como industria informativa.

Sin embargo, el tiempo transcurre y la situación se complica para la prensa industrial debido a la migración de sus lectores a las versiones digitales de los periódicos, la caída de la publicidad en la edición de papel -y que ésta aún es insuficiente en las plataformas de la web y de los móviles-, que la colocan en una encrucijada, de la cual podrá sobrevivir y avanzar la empresa periodística más adaptada a su mercado, a su entorno organizacional y tecnológico y a sus tipos de audiencias. Esas características, asociadas a la prensa industrial, deberán implicar su capacidad para organizarse de manera integrada en sus áreas claves de trabajo, atraer a las nuevas generaciones como consumidoras de sus diversas plataformas y mantener una rentabilidad que le permita su sostenibilidad.

El proceso de adaptación de la prensa industrial actual, como el avance en la integración de las redacciones de la versión impresa, de la web y de los móviles es uno de los caminos que están transitando las empresas informativas para atender las nuevas demandas de las diversificadas audiencias, con una perspectiva de marca periodística multiplataforma. También ha contribuido a

potenciar dicho carácter multiplataforma de los periódicos impresos la convergencia tecnológica digital, ya que les permite producir y distribuir noticias a sus audiencias tanto en la web, en los móviles, como en el papel.

Esa convergencia tecnológica digital, que posibilita la integración de las redacciones de las empresas informativas, como entes productores y distribuidores de noticias en diversas plataformas –de papel, web y móviles-, deberá estar acompañado de un modelo de negocio capaz de darles sostenibilidad y viabilidad futura, independientemente de que el inicial sostén tecnológico y financiero haya sido o sea el medio impreso.

El modelo de negocio tradicional del periódico impreso seguirá reproduciéndose como hasta ahora, mientras las otras plataformas, como la web y los móviles, no alcancen algún grado de autosuficiencia financiera o rentabilidad, particularmente en el caso del entorno de la movilidad, ya que la web *elimparcial.com* ya ha avanzado hacia la consecución de ese objetivo, según la versión de su directivo.

El Imparcial es una empresa migrante consolidada que ha establecido un modelo de negocio dependiente en torno a la distribución de noticias en sus plataformas móviles, así como de la web. Su modelo de desarrollo en la web y en el móvil se inscribe en su modelo tradicional periodístico impreso de negocio sostenible fundamentalmente mediante la publicidad, la venta de suscripciones y de ejemplares en la vía pública. Dicho modelo de negocio tradicional de la empresa editora de *El Imparcial* de papel es el que sustenta el funcionamiento general de las plataformas de la web y de los móviles, basada en la organización de su plantilla, infraestructura y equipamiento del periódico impreso, ya que éste alberga en sus edificios al personal, la maquinaria y prensa para imprimir su diario de

papel, al igual que para actualizar y distribuir los contenidos en su cibermedio, así como también en las plataformas móviles.

El Imparcial se ha decantado por un modelo publicitario en sus plataformas de noticias para los móviles y hasta ahora no tiene contemplado establecer un modelo de suscripción o pago para consultar su información en el entorno de movilidad (Espinoza, entrevista 2014). Las tarifas de publicidad que tiene dicho periódico de Hermosillo para sus anunciantes, en las plataformas móviles, son variadas y menos costosas en comparación con las plataformas de la web y de papel.

La distribución de noticias a través de las plataformas de la web y de los móviles en general es el resultado de una tendencia que se ha ampliado en el ciberespacio y el entorno de movilidad y que se prevé que perdure en los próximos años. La tendencia mundial así lo indica, como también lo muestran las estadísticas de crecimiento de los accesos y consultas en las plataformas de la web y de los móviles de *El Imparcial*.

El Imparcial ha sido la matriz creadora y lanzadora de las plataformas de distribución de noticias a través de la web y de los móviles, a las cuales ha mantenido en funcionamiento y crecimiento durante las dos últimas décadas. La empresa editora de *El Imparcial* de Hermosillo ha optado por distribuir sus noticias en la web y en los móviles, observándose que ha logrado su integración con relativo éxito tecnológico, organizacional y financiero, lo que la ha convertido gradualmente en una marca periodística multiplataforma, que está sentando algunas bases para enfrentar, no exentas de obstáculos y riesgos, un entorno

incierto de crisis económica global y, en particular, de la industria de los periódicos de papel.

El modelo de negocio tradicional de *El Imparcial* impreso ha sido hasta ahora esencialmente monoplataforma, es decir, basado en la plataforma de papel, el cual se espera que transite hacia un modelo de negocio multiplataforma sostenible, con la integración exitosa de las plataformas de la web y de los móviles, sin descartar otras plataformas que pudieran surgir en el futuro.

La aparición de la web ha implicado serios riesgos y preocupación para el desarrollo y la viabilidad de la industria periodística de papel, en el mundo desarrollado y periférico, a partir de la segunda mitad de los noventa del siglo XX, prensa generalista de pago que aún se encuentra en un proceso de búsqueda, durante las últimas dos décadas, de alguna fórmula que la ayude a sortear su futura viabilidad como empresa informativa.

Sin embargo, el tiempo transcurre y la situación se complica para la prensa industrial debido a la migración de sus lectores a las versiones digitales de los periódicos, la caída de la publicidad en la edición de papel -y que ésta aún es insuficiente en las plataformas de la web y de los móviles-, que la colocan en una encrucijada, de la cual podrán sobrevivir y avanzar las empresas informativas más adaptadas a su mercado, su entorno tecnológico y sus tipos de audiencias.

La llamada revolución móvil, con la aparición y eclosión de los smartphones y tabletas en el mercado global, también ha representado una tendencia creciente de producción y distribución de noticias para la industria periodística actual, a la cual los periódicos impresos no han de quedar al margen, si pretenden lidiar y

sortear un entorno incierto de crisis económica y estructural de los periódicos de papel.

La empresa que integre exitosamente la producción y distribución noticiosa de las plataformas de papel, de la web y de los móviles, con un modelo de negocio multiplataforma, flexible y acorde a las condiciones cambiantes del mercado y de las audiencias, estará mejor capacitada para sortear los riesgos y consolidarse en el futuro como una empresa mediática multiplataforma.

Análisis de los resultados

El marco conceptual para el análisis, recuento histórico e interpretación del desarrollo de la prensa mexicana y sonoreense en particular, formulado, descrito y explicado en el apartado relacionado con el marco teórico metodológico de la presente tesis doctoral, se aplicó en el estudio de caso del periódico impreso *El Imparcial* de Hermosillo, enfocado a la distribución de sus noticias de papel y su evolución a través de las plataformas de la web y de los móviles.

Dicha tesis doctoral denominada “La prensa mexicana y su evolución del papel a las plataformas web y móvil para la distribución múltiple de sus noticias. El caso de *El Imparcial* de Hermosillo (1937-2014)”, ha tenido resultados en al menos dos vertientes que, a su vez, nos han permitido plantear una prospectiva:

- a.) La aplicación del marco conceptual, el recuento histórico e interpretativo en torno al desarrollo histórico de la prensa mexicana y en, particular, la regional sonoreense.
- b.) El estudio de caso sobre el periódico impreso *El Imparcial* y su evolución hacia las plataformas de la web y de las aplicaciones móviles; y
- c.) La prospectiva.

- a.) El marco conceptual, el recuento histórico e interpretativo

En el presente trabajo se formularon tipologías generales del desarrollo de la prensa mexicana, tomando en cuenta las categorías de análisis como su marco jurídico regulador, el periodo histórico, su tipo de propiedad, su función dominante político-económica, sus contenidos principales, los tipos de unidad productora y de

audiencias, su área geográfica de influencia, el modelo de negocio y sus tipos de plataformas de distribución de noticias.

Del análisis, síntesis y reflexión sobre la aplicación de dichas categorías al caso de México, obtuvimos los conceptos de *prensa orgánica* (1541-1915) y de *prensa industrial* (1916-a la actualidad), con sus respectivas periodizaciones. En el caso de la prensa orgánica quedó subdividida como *prensa orgánica colonial* (1541-1809) y *prensa orgánica polarizada* (1810-1915), mientras que la *prensa industrial* (1916-actualidad) se subdividió en *prensa industrial impresa* (1916-actualidad), *prensa industrial web* (1995-actualidad) y *prensa industrial móvil* (primera década del siglo XXI-actualidad).

De 1541 a 1809 abarcó el periodo de la *prensa orgánica colonial*, que operó como una unidad artesanal productora de impresos y periódicos para las ilustradas élites políticas y económicas asentadas en determinadas regiones de la Nueva España, siendo regulada por bandos o decretos emitidos por la Corona española, que restringieron al máximo la libertad política de la imprenta, aunque también sus contenidos fueron influidos ideológicamente, en especial, por la jerarquía de la iglesia católica.

El proceso histórico independentista de lucha armada que se vivió en México de 1810 a 1821 desapareció el predominio de la Corona española y la estructura restrictiva en la que funcionaba la llamada *prensa orgánica colonial*, situación que propició el nacimiento de un nuevo sistema político y económico, que dio paso a la libertad de imprenta y a la aparición de una *prensa orgánica polarizada*.

La *prensa orgánica polarizada* fue una unidad artesanal-manufacturera que influyó en el sistema político mexicano, su desarrollo abarcó el periodo histórico de 1810

a 1915, fue regulada por las constituciones de 1824 y 1857; fue controlada o auspiciada por las facciones antagónicas de los liberales y los conservadores en el siglo XIX y principio del XX; y los constitucionalistas y los convencionistas en la segunda década del siglo pasado.

La primera década del siglo XX fue el escenario de un declive de la prensa orgánica polarizada, como unidad artesanal-manufacturera productora de periódicos, espacio que empezó a ocupar paulatinamente la prensa industrial, a partir de 1916, y que adquiriría la hegemonía como industria capitalista editora de diarios impresos, en los dispersos mercados urbanos del territorio de México.

La distribución histórica de noticias en México había sido predominantemente monoplataforma, a través del papel, desde la invención de la imprenta y su traída a la Nueva España, pasando por la aparición del primer impreso informativo en el territorio novohispano, ocurrida en el año de 1541, hasta su ulterior desarrollo periodístico registrado a mediados del siglo XX, este último lapso cuando empezaría a ser desplazada por la hegemonía mediática electrónica de la televisión. Fue una gran Era del papel y protagonismo mediático de los periódicos impresos, que se iría desdibujando en su devenir.

La *prensa industrial* mexicana aglutina a la empresa o empresas editoras de periódicos impresos, y también editora de otras plataformas, destinados al consumo de un mercado nacional determinado, cuyo desarrollo ha comprendido el periodo histórico de 1916 a la época actual, misma que ha sido regulada por los artículos 6 y 7 de la Constitución de 1917 y también ha sido influida por los grupos de presión existentes en la sociedad en general, particularmente del sistema político y económico. La prensa industrial mexicana basó inicialmente su negocio

en la distribución de sus noticias en el papel, pero en las últimas dos décadas ha evolucionado hacia una distribución multiplataforma de su información, teniendo como principal modelo de negocio el publicitario que, en gran medida, es sostenido por la subvención del gobierno, disfrazada como publicidad oficial.

Los periódicos impresos ya no representan más el principal medio de información, ya que otros medios y plataformas lo desplazaron en el ámbito de la distribución de las noticias, como la radio, la televisión e Internet. En la actualidad sus contenidos son los géneros informativo y temas de entretenimiento, y en menor proporción los géneros de opinión, a diferencia de la llamada prensa polarizada mexicana, en la que predominaron los géneros opinativos. Sin embargo, la prensa industrial mexicana continúa influyendo con sus contenidos en el mercado y en el sistema político nacional. La propiedad de la prensa industrial es fundamentalmente de tipo privada, donde el dueño controla su funcionamiento y quien, a su vez, es influido por grupos sociales de presión política y económica, mediante los contratos de publicidad, empréstitos y las subvenciones gubernamentales.

La prensa industrial mexicana ha tenido como plataforma de distribución de sus noticias al papel, pero en las últimas dos décadas ha incursionado en las plataformas de la web y de los móviles. Hasta hace unos veintiún años, la prensa había sido monoplataforma, es decir, distribuía predominantemente sus noticias a través del papel. Empero, con la integración de las plataformas de la web y de los móviles, se ha convertido en una prensa industrial multiplataforma.

Desde la perspectiva de distribución de noticias, la prensa industrial impresa cuenta además con sus redes físicas y virtuales de reparto informativo. Dentro de

las primeras, las redes físicas, figuran las entregas de periódicos de papel en los domicilios, en las tiendas de autoservicio o kioskos y de los voceadores a los lectores en la vía pública. Con respecto a las redes virtuales de distribución de noticias, identificamos a las plataformas de la web, las redes sociales y las aplicaciones móviles. Las redes virtuales corresponden a la tecnología digital y requieren de sistemas y programas informáticos para operar. En la prensa industrial actual funcionan ambos tipos de redes de distribución de noticias, las físicas y las virtuales, de las cuales, estas últimas, están adquiriendo mayor presencia en las audiencias, sobre todo en las redes sociales y en las *apps* móviles.

Tras haber concluido el esbozo sobre las clasificaciones de la *prensa orgánica* y la *prensa industrial*, con sus respectivas subdivisiones, el autor de la presente tesis doctoral las aplicó al estudio del desarrollo periodístico en el estado de Sonora, al ubicar su objeto de estudio en esta última mencionada entidad federativa mexicana.

Las investigaciones sobre el desarrollo de la prensa en una determinada región integrante del país presentan particularidades con respecto a las demás regiones del territorio nacional, debido a las diferencias que existen en cuanto a sus condiciones históricas, sociales, políticas, económicas y geográficas, entre otras. Como consecuencia del desarrollo diferenciado de las regiones integrantes de la Nueva España y del México independiente, la *prensa orgánica colonial* no tuvo su aparición en el territorio sonorense por una sencilla razón: no hubo imprenta instalada para publicar los impresos informativos, ya que ésta fue traída de manera tardía a esta región, hasta el año de 1828, en la población de Álamos,

donde se lanzó el primer periódico denominado *La Aurora en Occidente*, de carácter oficial, ya que fue el órgano oficial del Gobierno de Occidente, al que estaban integradas las provincias de Sonora y Sinaloa. El lanzamiento de dicha publicación en Álamos dio origen al periodo de la denominada *prensa orgánica polarizada* en Sonora (1828-1937), después de que ya se había consumado la Independencia de México. La *prensa orgánica polarizada* sonoreense fue una unidad artesanal-manufacturera productora de periódicos que influyó en el sistema político de Sonora, su desarrollo regional comprendió el periodo histórico de 1828 a 1936, fue regulada por las constituciones de 1824, 1857 y 1917 y controlada o auspiciada por las facciones de los liberales y los conservadores, así como posteriormente por los llamados callistas-constitucionalistas y los maytorenistas-convencionistas, principalmente. La última década del siglo XIX y las tres primeras del siglo XX fueron el escenario de la transición de una *prensa orgánica polarizada* sonoreense, que empezó a declinar como unidad artesanal-manufacturera productora de periódicos, al emerger y tener mayor desarrollo la prensa industrial, que se constituyó como empresa capitalista editora de diarios impresos en el mercado de Sonora.

La *prensa industrial de Sonora* representa a las empresas que editan periódicos impresos, y en otras plataformas, para el mercado local y regional sonoreense, su desarrollo comprende el periodo histórico de 1937 a la época contemporánea, es regulada por los artículos 6 y 7 de la Constitución de 1917 y también es influida por los grupos de presión existentes en la sociedad en general de Sonora, particularmente del sistema político y económico. Su modelo de negocio ha sido el publicitario, la venta de suscripciones y venta directa de ejemplares.

b.) El estudio de caso: *El Imparcial*

Con la aparición de *El Imparcial* en 1937 también inició la etapa histórica de la denominada *prensa industrial* en el estado de Sonora, y cuya evolución muestra las distintas fases de su desenvolvimiento, no solo de la plataforma de papel, sino también de la distribución de noticias en las plataformas de la web (1995) y de las aplicaciones móviles (2010), estas últimas utilizadas en los dispositivos como smartphones y tabletas, en específico el iPhone y el iPad.

José Abraham Mendivil Rincón fundó en 1937 *El Imparcial* como una pequeña empresa informativa y en 1942 traspasó su propiedad al periodista José S. Healy Brennan, este último quien sentó las bases para que sus descendientes –hijo y nietos- la convirtieran en la principal empresa editora de periódicos en el noroeste de México, con la creación de *La Crónica* (1990) en Mexicali; *Frontera* (1999) en Tijuana; y *Frontera Ensenada* (2012) en Ensenada, Baja California, que tienen una distribución conjunta de al menos 75 mil ejemplares al día y 850 empleados directos.

La empresa editora del periódico impreso *El Imparcial* ha sido la matriz que ha creado y lanzado las plataformas de distribución de noticias a través de la web y de los móviles, a las que ha mantenido en funcionamiento y crecimiento durante las dos últimas décadas, ya que ha establecido planes y programas de reorganización empresarial, de modernización tecnológica y capacitación para sus empleados con el propósito de no rezagarse o estancarse en su desarrollo, pese a que éste se ha dado en un contexto de varias crisis económicas generales en México. *El Imparcial* impreso ha distribuido históricamente sus noticias a través de dos formas fundamentales: las redes físicas y las redes virtuales. En el caso de las

redes físicas, se encuentran la distribución de suscripciones a domicilio y las ventas de ejemplares de papel en los kioskos y en la calle; mientras que las redes virtuales o del ciberespacio corresponden a la web y a los móviles.

En su acepción como cibermedio, *elimparcial.com* tiene como matriz a la empresa editora de *El Imparcial* impreso ya que surgió con su respaldo económico, el trabajo de su plantilla y el cobijo de su infraestructura física; tiene una vocación local porque atiende la demanda de información de la demarcación geográfica de la capital de Sonora; asimismo, es un medio de comunicación líder en Hermosillo porque acapara el 86 por ciento de las preferencias del mercado periodístico de dicha ciudad sonorensa. La distribución de noticias, a través de la web de *El Imparcial*, ha evolucionado al pasar por las etapas de la reutilización, la recombinación y la recreación, de acuerdo con lo planteado por Boczkowski (2006).

Respecto al desarrollo de las plataformas móviles de *El Imparcial*, éstas han atravesado por tres etapas de su historia reciente: la etapa de los SMS y MMS noticiosos, que abarcó la primera década del siglo XXI; la etapa de la web móvil (2008-a la actualidad); y la etapa de las aplicaciones móviles (2010-a la actualidad). La empresa editora de *El Imparcial* impreso comenzó, durante la primera década del siglo XXI, a lanzar sus plataformas móviles de distribución de noticias. En esta primera etapa de su desarrollo móvil, *El Imparcial* produjo las denominadas alertas de noticias para usuarios de teléfonos móviles registrados a dicho servicio, pero a través de una operadora de telefonía móvil. El sistema de envío de alertas de noticias a los móviles o celulares se realizó del 2008 al 2009 y después se suspendió ese servicio. El desarrollo de esa plataforma lo hizo una

empresa externa para *El Imparcial*, mediante la cual se distribuían SMS o MMS noticiosos a los usuarios suscritos a dicho servicio. Eran mensajes cortos con noticias de interés.

Durante la etapa de la web móvil, *El Imparcial* creó su versión para la mencionada plataforma móvil, en la primera década del siglo XXI, con el propósito de que los usuarios de teléfonos móviles pudieran acceder a dicho sitio exclusivo para móviles, siendo la época en que existía el boom de los smartphones, como Blackberry, Nokia, etc., cuando ya se podía navegar en Internet y consultar las noticias de los periódicos.

Posteriormente, durante la tercera etapa, denominada de las aplicaciones móviles, la empresa editora de *El Imparcial* lanzó el 12 de mayo de 2010 su primera *app* de noticias para el iPhone y, casi al final de ese mismo año, el 8 de noviembre, empezó a distribuir sus noticias mediante su *app* para el iPad. En cuanto a su forma organizativa, la plantilla de reporteros de la empresa editora de *El Imparcial* genera inicialmente los contenidos para el diario impreso y la web *elimparcial.com*, los cuales son entregados a los editores de *elimparcial.com* y, luego de ser adaptados mediante un software, los distribuye en forma automatizada a los usuarios que consultan la información en las aplicaciones de los iPhone y iPad. Las *apps* de noticias de *El Imparcial* para ambos aparatos de Apple fueron creadas por una empresa externa, la cual actualiza sus versiones.

Si se toma en cuenta el objetivo general y los específicos establecidos en el presente trabajo, se considera que se cumplió con su realización ya que se ha podido analizar y explicar la integración y evolución que *El Imparcial* ha tenido en

su proceso de distribución de noticias de papel y sus incursiones en la web y en los móviles.

El modelo de negocio impreso le ha dado sustento al funcionamiento general de las plataformas de la web y de los móviles, basándose en la organización, infraestructura y equipamiento del periódico de papel, ya que éste alberga en sus edificios la maquinaria y prensa para imprimir su diario, al igual que para actualizar y distribuir los contenidos en su portal de noticias en Internet, así como también en las plataformas móviles. Dicho modelo de negocio del periódico impreso seguirá reproduciéndose como hasta ahora, mientras las otras plataformas, como la web y los móviles, no alcancen algún grado de autosuficiencia financiera o rentabilidad, particularmente en el caso del entorno de la movilidad, debido a que la web *elimparcial.com* ya ha avanzado hacia la consecución de ese objetivo.

En cuanto a la hipótesis expuesta en esta tesis doctoral, en el sentido de que ante la aparición de nuevas tecnologías de la información, la migración de lectores, la caída del mercado y el escaso desarrollo de los periódicos impresos en el mundo y en México, la empresa editora de *El Imparcial* ha optado por distribuir sus noticias en la web y en los móviles para erigirse en una marca periodística multiplataforma sostenible, se ha observado que cumplió como supuesto para la realización de esta investigación, debido a que dicha empresa editora del periódico impreso adoptó y ha integrado, con relativo éxito tecnológico, organizacional y financiero, a las plataformas noticiosas de la web y de los móviles, lo que la ha convertido paulatinamente en una marca periodística multiplataforma, que está sentando algunas bases para enfrentar, no exentas de

obstáculos y riesgos, un entorno incierto de crisis económica global y, en particular, de la industria de los periódicos de papel.

El modelo de negocio y desarrollo de *El Imparcial* impreso ha sido esencialmente monoplataforma, es decir, basado en la plataforma de papel, el cual se espera que transite hacia un modelo de negocio multiplataforma sostenible, con la integración y consolidación de sus plataformas de la web y de los móviles, sin descartar otras que pudieran surgir en el futuro.

c.) La prospectiva

La empresa editora de *El Imparcial* impreso ha estado inmersa en un proceso de búsqueda, durante las últimas dos décadas, de alguna fórmula que la ayude a sortear su futuro avance como industria informativa. Sin embargo, el tiempo transcurre y la situación se complica debido a la migración de sus lectores a las versiones digitales de los periódicos, la caída de la publicidad en la edición de papel -y que ésta aún es insuficiente en las plataformas de la web y de los móviles-, que la colocan en una encrucijada, de la cual podrá sobrevivir y avanzar si se adapta a su mercado, entorno tecnológico y a sus tipos de audiencias. Esas características, deberán implicar su capacidad para organizarse e integrar sus áreas claves de trabajo, atraer a las nuevas generaciones como consumidoras de sus diversas plataformas y mantener una rentabilidad que le permita su sostenibilidad.

El proceso de integración de las redacciones de su versión impresa, de la web y de los móviles, ha sido uno de los caminos que ha seguido para atender las nuevas demandas de las diversificadas audiencias, con una perspectiva de marca

periodística multiplataforma. También ha contribuido a potenciar dicho carácter multiplataforma la convergencia tecnológica digital que ha tenido, ya que le permite producir y distribuir noticias a sus audiencias tanto en la web como en los móviles.

Esa convergencia tecnológica digital, que posibilita la integración de las redacciones de las empresas informativas, como entes productores y distribuidores de noticias en diversas plataformas, deberá acompañarlo de un modelo de negocio capaz de darle sostenibilidad y viabilidad futura, independientemente de que el inicial sostén tecnológico y financiero haya sido o sea el medio impreso.

La llamada revolución móvil, con la aparición y eclosión de los smartphones y tabletas en el mercado global, también ha representado una tendencia creciente de producción y distribución de noticias, entorno de movilidad del cual *El Imparcial* debiera avanzar más, si su pretensión es lidiar y sortear un panorama de crisis económica general.

Si *El Imparcial* logra consolidar la integración de la producción y distribución noticiosa de las plataformas de papel, de la web y de los móviles, con un modelo de negocio multiplataforma flexible y acorde a las condiciones cambiantes del mercado y de las audiencias, estará mejor capacitado para sortear los riesgos y consolidarse en el futuro como una empresa mediática multiplataforma.

CONCLUSIONES

A manera de conclusiones de la presente tesis doctoral titulada “La prensa mexicana y su evolución del papel a las plataformas web y móvil para la distribución múltiple de sus noticias. El caso de *El Imparcial* de Hermosillo (1937-2014)”, se enumeran los siguientes puntos:

- 1.) El diario impreso generalista de pago *El Imparcial* de Hermosillo, Sonora, México, es un medio decano, migrante y líder periodístico en su región que ha tenido un relativo éxito tecnológico, organizacional y financiero en su evolución histórica como industria generadora y distribuidora de noticias impresas en el papel, desde su fundación en el año de 1937, pero también en sus incursiones -aunque en forma desigual- en las plataformas de distribución noticiosa en la web y en las aplicaciones o *apps* móviles, a partir de 1995 y de 2010, respectivamente.
- 2.) La compañía editora del periódico impreso *El Imparcial* ha sido una empresa consolidada migrante que ha sido la matriz creadora de las plataformas de distribución de noticias a través de la web y de *apps* móviles, a las cuales ha financiado y mantenido en funcionamiento y crecimiento durante las dos últimas décadas. El desarrollo general de las plataformas de la web y de los móviles está basado en la organización, infraestructura y equipamiento del periódico de papel, ya que éste alberga en sus edificios la plantilla, la maquinaria y prensa para imprimir su diario, al igual que para actualizar y distribuir las noticias en Internet, así como también en las aplicaciones móviles.

- 3.) *El Imparcial* impreso ha distribuido históricamente sus noticias a través de dos formas fundamentales: las redes físicas y las redes virtuales. En el caso de las redes físicas, se encuentran la distribución de suscripciones a domicilio y las ventas de ejemplares de papel en los kioscos y en la calle; mientras que las redes virtuales o del ciberespacio corresponden a la web y a los móviles. La distribución de noticias en la web ha evolucionado por al menos tres etapas: la reutilizada, la re combinada y la creadora, conforme a lo planteado por Boczkowski (2006); en tanto que la distribución de noticias virtual en el entorno móvil ha pasado por las etapas de las alertas, de la web móvil y de las *apps* de noticias, siguiendo a Aguado y Castellet (2013).
- 4.) El establecimiento de planes y programas de reorganización empresarial (como la redacción integrada), la modernización y convergencia tecnológica digital y la capacitación para sus empleados han contribuido, con relativo éxito, a que *El Imparcial* evolucione del papel a las plataformas web y móvil para lograr una creciente distribución múltiple de sus noticias. La distribución de noticias a través del papel, la web y los móviles ha convertido a *El Imparcial* en una empresa periodística multiplataforma, como lo muestran las estadísticas de sus lectores e internautas, en las cuales se puede observar cómo han crecido estos en forma gradual.
- 5.) *El Imparcial* impreso ha operado con un modelo de negocio tradicional publicitario, de venta de suscripciones y en la vía pública, del que ha dependido, en un grado u otro, la distribución de noticias en sus plataformas web y móviles. Dicho modelo de negocio tradicional de *El Imparcial* impreso ha sido hasta ahora esencialmente *monoplataforma*, es

decir, basado en la plataforma de papel, el cual transita hacia un modelo de negocio *multiplataforma*, con la integración de las plataformas de la web y de los móviles.

- 6.) *El Imparcial* se ha decantado por un modelo publicitario en sus plataformas de noticias para la web y los móviles y ha descartado hasta ahora establecer un modelo de suscripción o pago para consultar su información en ambas plataformas, debido a que dicha empresa considera que el mercado regional de Sonora no ha evolucionado favorablemente para instaurar ese modelo de cobro. La mencionada empresa también considera que la operación de su matriz impresa ha sido rentable en las últimas siete décadas y que hasta ahora ha sido capaz de sostener su incursión y consolidación en tales plataformas informativas.
- 7.) El mencionado modelo de negocio tradicional publicitario del periódico impreso seguirá reproduciéndose como hasta ahora, mientras las otras plataformas, como la web y los móviles, no alcancen algún grado de autosuficiencia financiera o rentabilidad, particularmente en el caso del entorno de la movilidad, ya que la web *elimparcial.com* ya ha avanzado hacia la consecución de ese objetivo.
- 8.) La llamada revolución móvil, con la aparición y eclosión de los *smartphones* y tabletas en el mercado global, también ha representado una tendencia creciente de producción y distribución de noticias para *El Imparcial* impreso, entorno de movilidad del cual no ha quedado al margen, ya que su pretensión es lidiar y sortear un panorama de crisis económica de los periódicos de papel.

- 9.) La hipótesis de trabajo de la presente tesis doctoral se ha cumplido en sus principales términos, ya que se ha comprobado que la empresa editora de *El Imparcial* ha adoptado e integrado la distribución de noticias de las plataformas de papel, de la web y de los móviles, mediante la creación de la denominada redacción integrada; también ha ampliado su audiencia, como lo demuestran las estadísticas expuestas en la presente investigación sobre cada una de las plataformas; *El Imparcial* se ha mantenido hasta ahora además como una empresa periodística multiplataforma viable en su entorno regional, ya que ha operado financieramente con números negros, particularmente en el caso de las plataformas de papel y de la web, con excepción de las plataformas móviles, debido a que estas aún son respaldadas por su matriz impresa, en la espera de que en el futuro consigan ser rentables.
- 10.) La realización de esta tesis doctoral ha generado conocimiento que propicia el abordaje de otras líneas de investigación relacionadas con su temática, por ejemplo, el análisis comparativo del caso de *El Imparcial* con respecto a otros periódicos impresos y medios de comunicación en general de Sonora, de México y del extranjero, que también han integrado a las plataformas de la web y de los móviles, entre otros tópicos de interés.

Fuentes

Archivos

Archivo General del Estado de Sonora (AGES)

Hemeroteca del Museo y Biblioteca de la Universidad de Sonora

Hemeroteca de *El Imparcial*

Referencias

Aede, (2013). *Libro Blanco de la prensa diaria 2013*. España: Asociación de Editores de Diarios Españoles.

Aede, (2012). *Libro Blanco de la prensa diaria 2012*. España: Asociación de Editores de Diarios Españoles.

Aguado, J.M. y Castellet, A. (2013). Periodismo móvil e información ubicua. En J.M. Aguado, C. Feijóo y J. Martínez (Coords.), *La comunicación móvil: Hacia un nuevo ecosistema digital* (187-217). España: Editorial Gedisa, S.A.

Aguado, J.M., Feijóo, C. y Martínez, J.I. (2013). Introducción: de la cuarta pantalla al medio líquido. En J.M. Aguado, C. Feijóo y J.I. Martínez (Coords.), *La comunicación móvil: Hacia un nuevo ecosistema digital* (11-26). España: Editorial Gedisa, S.A.

Aguado, J.M. y Castellet, A. (2010). Contenidos informativos en la plataforma móvil. En M.A. Cabrera (Coord.), *Evolución tecnológica y cibermedios* (129-146). España: Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones.

Aguado, J.M. y Martínez, I.J. (2008b). La comunicación móvil en el ecosistema informativo: de las alertas SMS al Mobile 2.0. *Trípodos*, 23, (107-118).

Recuperado de <file:///C:/Users/USER/Downloads/118915-154134-1-PB.pdf>

Aguado, J.M. y Martínez, I.J. (2008a). La cuarta pantalla: industrias culturales y contenido móvil. En J.M. Aguado y J.I. MARTÍNEZ (Coords.), *Sociedad móvil: Tecnología, identidad y cultura* (187-220). España: Editorial Biblioteca Nueva S.L.

Aguado, J.M. y Martínez, I.J. (2006). El proceso de mediatización de la telefonía móvil: de la interacción al consumo cultural, *Zer*, N.20. Recuperado de http://www.ehu.es/zer/zer20/zer20_19_aguado.pdf

Aguilar Plata, B. (1998). La imagen de Porfirio Díaz en la prensa capitalina de su tiempo. En M.G.L. Navarrete Maya (Coord.), *La prensa en México: Momentos y figuras relevantes 1810-1915*. México: Addison Wesley Longman-Pearson.

Aguilar Plata, B. (1983). 1896: de El Imparcial a la revolución. *Connotaciones*. México: Ediciones El Caballito.

Albarrán, G. (2000). De espaldas al público. Prensa e Internet: opciones de interactividad en 14 medios de la Ciudad de México. En O. Islas y F. Gutiérrez (Coords.), *Internet: el medio inteligente* (73-89). México: Cecsatec de Monterrey-Campus Estado de México.

Albornoz, L. (2002). La prensa diaria y periódica: pionero pero problemático salto on line. En E. Bustamante (Coord.), *Comunicación y cultura en la era digital: Industrias, mercados y diversidad en España*. España: Gedisa Editorial.

Albornoz, L. (2007). *Periodismo digital. Los grandes diarios en la red*. Argentina: La Crujía Ediciones.

Aldaco, G. (1989). Literatura tradicional, cultura oficial en Sonora 1856-1870. En L. Karp, G. Aldaco y R. Ruiz (Coords.), *Cultura y literatura*. Hermosillo, Sonora, México: El Colegio de Sonora.

Almada Bay, I. (2011). *Sonora: Historia breve*. México: El Colegio de México-Fondo de Cultura Económica.

Almada, F. (2009). *Diccionario de historia, geografía y biografía sonoreense*. Hermosillo, Sonora, México: Instituto Sonorense de Cultura.

Alonso, J. (2010). Cibermedios: conceptualización y tipologías. En M.A. Cabrera (Coord.), *Evolución tecnológica y cibermedios* (21-38). España: Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones.

Altamirano, G. y Villa, G. (Compiladores). (1985). *La Revolución Mexicana. Textos de su historia*. México: Secretaría de Educación Pública-Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, (4 v.), v. 3. Acción revolucionaria, (343-347). Recuperado de <file:///C:/Users/USER/Downloads/CL247.pdf>

Alvear, C. (1965). *Breve historia del periodismo*. México: Jus

Apple España (2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012; 2013; 2014; 2015). *Comunicados de prensa*. Recuperado de <http://www.apple.com/es/pr/>

Arce Barceló, M. (2011). *Análisis del periódico mexicano: "La Jornada". Un modelo de comunicación alternativa en la era de la globalización*. (Tesis inédita de doctorado). Universidad de Murcia. Murcia, España. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10803/96869>

Argudín Vázquez, Y. (1987). *Historia del Periodismo en México: Desde el Virreinato hasta nuestros días*. México: Panorama Editorial.

Arredondo Zazueta, J. (2000): *Propuesta de programa de capacitación para el personal del departamento de Imparmexico de Información Directa y Especializada, S.A. de C.V. (ÍNDICES)*. (Tesis inédita de Licenciatura). Universidad de Sonora, Hermosillo, Sonora, México: ejemplar impreso del autor.

Así fue la revolución mexicana, tomos 6 y 8. (1985). México: Secretaría de Educación Pública.

Avilés Solís, C., Hernández Ortiz, E. y Horta, J. (Coords.) (2011). *Periodismo en México: Recuentos e interpretaciones*. México: Editorial Porrúa.

Barrera, C. (2004). *Historia del periodismo universal*. España: Ariel Comunicación.

Bartra, A. (1991). *Regeneración 1910-1918: La corriente más radical de la revolución mexicana de 1910 a través de su periódico de combate*. México: Ediciones Era.

Bassols Batalla, A. (1972). *El noroeste de México: Un estudio geográfico-económico*. México: UNAM.

Bataillon, C. (1986). *Las regiones de México*. México: Siglo XXI Editores.

Beltrán Villalva, M. (1985). Cinco vías de acceso a la realidad social. *REIS*, número 29, enero-marzo 1985, (7-42). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=250532>

Benavides Ledesma, J.L. y Quintero Herrera, C. (1997). *Escribir en prensa: Redacción informativa e interpretativa*. México: Alhambra Mexicana.

Berganza Conde, R. y Ruiz San Román, J.A. (Coords.) (2005). *Investigar en comunicación: Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. España: McGraw Hill.

Bernedo, P. (2004). Nacimiento y desarrollo de la prensa periódica nacional en América Latina. En C. Barrera (Coord.), *Historia del periodismo universal* (135-163). España: Editorial Ariel S.A.

Boczkowski, P.J. (2006). *Digitalizar las noticias: Innovación en los diarios online*. Buenos Aires: Manantial.

Bohmann, K. (1989). *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. México: Conaculta-Alianza Editorial Mexicana.

Borrat, H. (1989). *El periódico: actor político*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. España: Editorial Anagrama.

Bravo Ugarte, J. (1966). *Periodistas y periódicos mexicanos (Hasta 1935, Selección)*. México: Editorial Jus, S.A.

Briones Franco, J. (1999). *La prensa en Sinaloa durante el cañedismo 1877-1911*. Culiacán, Sinaloa, México: Imprenta Universitaria de la Universidad Autónoma de Sinaloa.

Burkholder de la Rosa, A. (2009). El periódico que llegó a la vida nacional, los primeros años del diario Excélsior, 1916-1932. *Historia Mexicana*, v. 58, no. 4 (232) (abr.-jun. 2009), (1369-1418). Recuperado de http://bibliocodex.colmex.mx/exlibris/aleph/a21_1/apache_media/3Y2QU8K5U4AV8XJUTEFM5YPDTKQV2S.pdf

Burrola, R.M. (1994). *En el límite del desierto: una aproximación crítica al periódico Información*. Hermosillo, Sonora, México: Universidad de Sonora.

Bustamante, E. (2002). *Comunicación y cultura en la era digital*. Barcelona: Gedisa.

Bustamante Martínez, E. (2002). El Universal online. En O. Islas, F. Gutiérrez, A. Rodríguez y E. Valdez (Coords.) *.Com probado* (93-105). México: Cecsatec de Monterrey Campus Estado de México.

Caballero González, U. (1998). El periodismo impreso mexicano en busca del ciberespacio. *Revista Mexicana de Comunicación*, No. 55. Recuperado de

<http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/1998/05/01/el-periodismo-impreso-mexicano-en-busca-del-ciberespacio/>

Cabrera, M.A. (2013). De la convergencia digital a la distribución multiplataforma. En M.A. Cabrera (Coord.), *Evolución de los cibermedios: De la convergencia digital a la distribución multiplataforma* (17-26). Madrid: Editorial Fragua.

Cabrera, M.A. (2010b). Evolución de la tecnología y el diseño de la información. En M.A. Cabrera (coord.), *Evolución tecnológica y cibermedios* (76-86). España: Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones.

Cabrera, M.A. (2010a). La distribución multiplataforma, objetivo del proceso de convergencia. En X. López y X. Pereira (Coords.), *Convergencia digital: Reconfiguración de los medios de comunicación en España* (149-165). España: Universidad de Santiago de Compostela.

Cabrera, M.A. (2004). Periodismo digital y nuevas tecnologías. En C. Barrera (Coord.), *Historia del periodismo universal* (393-417). España: Editorial Ariel S.A.

Cabrera, M.A. (2000). *La prensa online*. España: Editorial CIMS 97, S.L.

Calvo, V. (2006). *Descripción política, física, moral y comercial del Departamento de Sonora en la República Mexicana por Vicente Calvo 1843*. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia.

Canavilhas, J. (2009). Contenidos informativos para móviles: Estudio de aplicaciones para iPhone. Comunicación al I Encontro da Montanha: Jornalismo e Rédes Móveis. Universidade da Beira Interior, Portula, (23-25). Recuperado de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-contenidos-informativos-para-moviles.pdf>

Carlson, D. (2003). The history of online journalism. En K. Kawamoto (Ed.). *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism* (31-56). United States of America: Rowman y Littlefield.

Carlson, D. (1999). The online timeline. A capsule history of online news and information systems. Recuperado de <http://iml.jou.ufl.edu/carlson/1990s.shtml#1994>

Carreño Carlón, J. (2000). Cien años de subordinación: un modelo histórico de la relación entre prensa y poder en México en el siglo XX. *Sala de Prensa*, año III, vol. 2, núm.16, febrero 2000. Recuperado de <http://www.saladeprensa.org/art102.htm>

Caro, F. J. (2007). *Gestión de empresas informativas*. España: McGrawHill.

Carrasco Puente, R. (1962). *La prensa en México: datos históricos*. México: UNAM.

Castells, M., Fernández-Ardévol, M., Qiu Linchuam, J. y Sey, A. (2007). *Comunicación móvil y sociedad: Una perspectiva global*. España: Ariel-Fundación Telefónica.

Castillo Ochoa, E. (1999). *Historia de los medios regionales. Caso: Sonora*. Hermosillo, Sonora, México: Talleres Gráficos de la Universidad de Sonora.

Cebrián Herreros, M. (2010). Plataformas de medios tradicionales, cibermedios y medios móviles. En M. Cebrián (Coord.). *Desarrollo del periodismo en internet* (17-41). España: Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones.

Cejudo Ramos, E. (2013). *Mujer, periodismo y opinión pública en Sonora: El caso de los periódicos El Pueblo y El Tiempo de Hermosillo (1934-1938)*. Hermosillo, Sonora, México: El Colegio de Sonora.

Celis de la Cruz, M. (1998). La prensa realista en la revolución de Independencia (1810-1811). *La prensa en México 1810-1915*. México: Pearson-Prentice Hall-Addison Wesley Longman.

Chaves, N. y Bellucia, R. (2003). *La marca corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos*. Argentina: Paidós.

Claps Arenas, M. A. (2005). José María Blanco White y la 'cuestión americana'. El Semanario Patriótico (1809) y El Español (1810-1814). En M. Terrazas (Ed.), *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México*. México, UNAM-Instituto de Investigaciones Históricas, v. 29, 2005, (5-40). Recuperado de <http://www.historicas.unam.mx/moderna/ehmc/ehmc29/346.html#rnf43>

Cobos Cobos, T.L. (2012). Periodismo móvil: la prensa mexicana y su incursión en plataformas móviles. Casos El Universal y El Norte. *Virtualis* No. 6, Agosto-Diciembre 2012. Recuperado de <file:///C:/Users/USER/Downloads/64-227-1-PB.pdf>

Cobos Cobos, T.L. (2011). Periodismo móvil: la prensa mexicana y su incursión en plataformas móviles. Casos El Universal y El Norte. (Tesis inédita de maestría). Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey-Campus Monterrey. Monterrey, Nuevo León, México. Recuperado de http://www.banrepcultural.org/sites/default/files/periodismo_movil_tania_cobos.pdf

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (1917). Documentos constitucionales históricos. Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Recuperado de <http://www.juridicas.unam.mx/infjur/leg/conshist/pdf/1857.pdf>

Constitución Política de la República Mexicana. (1857). Documentos constitucionales históricos. Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Recuperado de <http://www.juridicas.unam.mx/infjur/leg/conshist/pdf/1857.pdf>

Constitución Federal de los Estados Unidos Mexicanos (1824). Documentos constitucionales históricos. Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Recuperado de <http://www.juridicas.unam.mx/infjur/leg/conshist/pdf/1824.pdf>

Costa Sánchez, C. y Piñeiro Otero, M. T. (2010). Prensa en la cuarta pantalla. Movilidad de la información del papel al bolsillo. *El Profesional de la Información*, V.19 N.6, (632-636). Recuperado de <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2010/noviembre/09.pdf>

Covarrubias Valdenebro, A. y Reyna García, V. H. (2011). Los meandros de transmitir sin recrear información en Sonora: un sistema de medios y escuelas sin acción comunicativa. En E. Méndez y A. Covarrubias (Coords.), *Estudios sobre Sonora 2010. Instituciones, procesos socioespaciales, simbólica e imaginario* (79-109). Hermosillo, Sonora, México: Universidad de Sonora.

Covo, J. (1993). La prensa en la historiografía mexicana: problemas y perspectivas. *Historia Mexicana*. México, El Colegio de México, vol. XLII, núm. 3 (167) enero-marzo. Recuperado de http://codex.colmex.mx:8991/exlibris/aleph/a18_1/apache_media/QEGQULK77G6EJQM46B5VF1F3DLYHEJ.pdf

Crovi Druetta, D. (2016). México. En R. Salaverría (Coord.), *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Madrid, España: Ariel-Fundación Telefónica-Universidad de

Navarra- Center for Internet studies and digital life School of Communication (241-253). Recuperado de

[file:///C:/Users/USER/Downloads/CiberperiodismoenIberoamerica%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/CiberperiodismoenIberoamerica%20(1).pdf)

Díaz Noci, J. (2009). 2018: ¿Diarios en dispositivos móviles? Libro electrónico, tinta electrónica y convergencia de la prensa impresa y digital. *El profesional de la información*, v.18 n.3, 301-307. Recuperado de

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2009/mayo/07.pdf>

Díaz Noci, J. y Salaverría, R. (2003). Introducción. En J. Díaz y R. Salaverría (Coords.), *Manual de redacción ciberperiodística*. España: Ariel Comunicación.

Díaz Noci, J. y Meso Ayerdi, K. (1997). *Medios de comunicación en Internet*. España: Ediciones Anaya Multimedia.

Díaz Nosty, B. (2011). La crisis en la industria de la prensa: Vida más allá del papel... *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 86, (52-65). Recuperado de

http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1266&idioma=es_ES&id=2011012509430001&activo=6.do

Díaz Nosty, B. y Fernández, J. (2010). Los medios y la sociedad de la información en América Latina. En B. Díaz Nosty y J. Fernández (Eds.), *Comunicación, convergencia e integración en América Latina*. España: Amela.

Díaz Nosty, B. (2007). El nuevo continente virtual. En *Medios de comunicación: el escenario iberoamericano*. Barcelona, España: Ariel/Fundación Telefónica. Recuperado de http://www.infoamerica.org/primer/a/anuario_medios.pdf

Díaz Nosty, B. (1999). Las ediciones digitales de la prensa diaria en lengua española. *El español en el mundo. Anuario 1999*. España: Instituto Cervantes

Madrid. Recuperado de

http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_99/nosty01/p01.htm

Edo, C. (2012). Las tablets no son la panacea para la prensa pero pueden facilitar su evolución. En *Libro Blanco de la Prensa Diaria 2012* (395-406). Madrid: AEDE.

El Imparcial, actas:

(1986) Proyecto aprobado por la asamblea de 29 de noviembre de 1986, del nuevo texto de la escritura constitutiva de “Impresora y Editorial S.A. de C.V.”, del cual dio fe el notario público Lic. César Tapia Quijada.

(1982) Acta protocolizada de la empresa Impresora y Editorial S.A. de C.V., número 3784, volumen ochenta y cinco, del 06 de julio de 1982 del Registro Público de la Propiedad de Sonora.

(1978) Acta protocolizada de la empresa Impresora y Editorial S.A. de C.V., número 2589, volumen sesenta y dos, del 28 de enero de 1978, del Registro Público de la Propiedad de Sonora.

(1956) Acta protocolizada de la empresa Impresora y Editorial S.A., con sede en Hermosillo, Sonora, volumen octogésimo-octavo, número 4,745, del 02 de abril de 1956, correspondiente al Registro Público de la Propiedad de Sonora.

Emery, E. (1966). *El periodismo en los Estados Unidos*. México: Editorial F. Trillas, S.A.

Encuesta Nacional de Lectura (2006). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Recuperado de

http://www.oei.es/pdfs/encuesta_nacional_lectura_mexico.pdf

Espinoza Chávez, C. (2014). Entrevista mantenida con el autor Cuahutémoc González Valdez el 5 de diciembre de 2014 en Hermosillo, Sonora, México.

Espinoza Chávez, C. (2013). Proceso de trabajo impreso-web. Recuperado de http://prezi.com/m_snfftovrdj/proceso-de-trabajo-impreso-web/

Espinoza Chávez, C. (2012). Redacción integrada El Imparcial. Recuperado de <http://prezi.com/vk7afmyk4feg/redaccion-integrada-el-imparcial/>

Espinosa Velasco, G. (1998). Heurística. En J. Galindo (coord.), *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México: Conaculta-Addison Wesley Longman.

Fernández Christlieb, F. (1989). *Los medios de difusión masiva en México*. México: Juan Pablos Editor.

Fernández Fernández, Í., Delgado Carranco, S.M., Chávez Méndez, A. y Eng Pérez, A. L. (2012). Historias del periodismo en México: entre la reflexión y la revisión. En *Memorias XXIV Encuentro Nacional de la AMIC*. Coahuila: Universidad Autónoma de Coahuila-AMIC. Recuperado de <http://www.amicmexico.org/amic/encuentros/encuentro2012/www.amic2012.uadec.mx/memoria.html>

Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis. Understanding new media*. United States of America: Pine Forge Press.

Feijóo, C. (2013). Soportes digitales y transformación de las industrias de contenidos. *El profesional de la información*. EPI, Vol. 22, No, 1. Barcelona, España: EPI-EI Profesional de la Información. Recuperado de <http://0-www.ebrary.com.jabega.uma.es>

Flores Vivar, J.M. (2010). Periodismo a través de periféricos móviles. En M. Cebrián (Coord.), *Desarrollos del periodismo en internet* (237-256). España: Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones.

Fuentes Navarro, R. (1995). Estudios académicos sobre periodismo en México 1985-1994. *Comunicación y Sociedad*. Núm. 25-26, septiembre 1995-abril 1996. Guadalajara, México: Universidad de Guadalajara. (285-318). Recuperado de <http://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/2837/2618.pdf?sequence=2>

Fundación Telefónica (2010). *La sociedad de la información en España 2009*. Recuperado de http://e-libros.fundacion.telefonica.com/sie09/aplicacion_sie.html

Garcíadiego, J. (1999). La prensa durante la Revolución Mexicana. *Sólo Historia*, Año 2, Núm.6, octubre-diciembre. (29-34). México: Instituto Nacional de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana.

García Galera, M.R. y Berganza Conde, M. R. (2005). El método científico aplicado a la investigación en comunicación mediática. En M.R. Berganza y J.A. Ruiz, (Coords.), *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. España: McGraw-Hill.

García Galindo, J. A. (1982). Comunicación social e historia. En torno a la historia de la prensa: el caso de Málaga en el siglo XX. *Baética: Estudios de arte, geografía e historia*, Nº 5, 1982, (289-301). España: Universidad de Málaga-Facultad de Filosofía y Letras. Recuperado de <file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-ComunicacionSocialEHistoriaEnTornoALaHistoriaDeLaP-2540404.pdf>

García, G. (1985). *Documentos históricos mexicanos*, tomo III y tomo IV. México: Secretaría de Educación Pública.

Garneau, G. (1995). L.A. Times exits Prodigy, for now. New York. *Editor & Publisher*. Tomo 128 No.48 (Dec 2, 1995) 37. Recuperado de <http://0-search.proquest.com.jabega.uma.es/docview/194290003?accountid=14568>

Gómez de Lara, F. (1997). *Estudio sobre la libertad de prensa en México*. México: UNAM-Instituto de Investigaciones Jurídicas. <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/libro.htm?l=176>

González Molina, S., Canavilhas, J., Carvajal, M., Lerma Noriega, C. y Cobos Cobos, T. (2013). Hacia el periodismo móvil. *Revista Mediterránea de Comunicación y Comunicaciones Iberoamericanas*. Recuperado de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/27379/1/CMD_03.pdf

González Valdez, C. (2011). *El periodismo móvil desarrollado por la prensa diaria generalista de pago en México durante el periodo 2008-2011*. (Trabajo inédito de fin de máster). Universidad de Málaga, Málaga, España: ejemplar impreso por el autor.

González Valdez, C. (2002). La ciberprensa en la frontera norte de México. En O. Islas, F. Gutiérrez, G. Albarrán, S. Camarena y R. Fuentes (Coords.), *Explorando el ciberperiodismo iberoamericano*. (299-335). México: CECSA-ITESM de Monterrey.

González Valdez, C. (2001c). La prensa de Sonora en Internet. El caso de *El Imparcial*, 1995-2000. En O. Contreras y L. Castro (Coords.), *Internet y desarrollo regional* (61-100). Hermosillo, Sonora, México: El Colegio de Sonora.

González Valdez, C. (2001b). La prensa y la revolución en Sonora. El caso del periódico constitucionalista *La Razón* de Guaymas (1916-1917). *Memoria del*

Simposio de Historia y Antropología de Sonora. Hermosillo, Sonora, México: Universidad de Sonora.

González Valdez, C. (2001a). *La prensa y la revolución en Sonora. El caso del periódico Orientación de Hermosillo, Sonora (1916-1921)*. (Tesis inédita de maestría). El Colegio de Sonora, Hermosillo, Sonora, México.

Gramsci, A. (1975). *Cuadernos de la cárcel: los intelectuales y la organización de la cultura*. México: Juan Pablos Editor.

Guerra, F. (1993). *Modernidad e independencia. Ensayos sobre las revoluciones hispánicas*. México: Fondo de Cultura Económica.

Guillamet, J. (2004). De las gacetas del siglo XVII a la libertad de imprenta del XIX. En C. Barrera (Coord.), *Historia del periodismo universal*. (43-76). España: Ariel Comunicación.

Guzmán Jiménez, D. y Ortega, H. (1998). Periodismo informativo y de opinión en la época de la Reforma. En M.G.L. Navarrete Maya (Coord.), *La prensa en México: Momentos y figuras relevantes 1810-1915*. México: Addison Wesley Longman-Pearson.

Healy Loera, J. S. (1997). *Proceso de modernización del diario El Imparcial de Hermosillo, Sonora, de 1991 a 1996*. (Tesis inédita de Licenciatura). Universidad Iberoamericana, Ciudad de México, México.

Henestrosa, A. (1990). *Periódicos y periodistas de Hispanoamérica*. México: Publicaciones Mexicanas.

Hernández Ramírez, M. E. (2010). Estudios sobre periodismo: marcos de interpretación para el contexto mexicano. Guadalajara, México, Universidad de Guadalajara. Recuperado de ProQuest ebrary

Historia General de Sonora, tomo IV. (1997). *Sonora Moderna 1880-1929*. Hermosillo, Sonora, México: Gobierno del Estado de Sonora.

Huerta, A. (1917). *Informe de Gobierno que rinde al H. Congreso del Estado el Gobernador Provisional de Sonora C. Adolfo de la Huerta. Por el periodo comprendido entre el 19 de mayo de 1916 al 18 de junio de 1917*. Hermosillo, Sonora, México: Imprenta del Gobierno del Estado.

Ibarra de Anda, F. (1937). *El periodismo en México (II Tomo): Las mexicanas en el periodismo*, México: Editorial Jumenta.

Ibarra de Anda, F. (1934). *El periodismo en México (I Tomo): Lo que es y lo que debe ser: un estudio del periodismo y del periodista mexicano y de las posibilidades de ambos para el futuro*. México: Imprenta Mundial.

Ibarra Félix, J.A. (2001). *Desarrollo y condiciones actuales de Imparmexico. Sistema de información en línea de Periódicos Healy*. (Tesis inédita de licenciatura). Universidad de Sonora, Hermosillo, Sonora, México.

Isaacson, W. (2012). *Steve Jobs*. México: Random House Mondadori S.A. de C.V.

Johnson, W. S. (1994). Palo Alto Weekly launches Internet Project. *Palo Alto Weekly*, 9 de febrero de 1994. Recuperado de http://www.paloaltoonline.com/weekly/morgue/news/1994_Feb_9.INTERNET.html

Karch, R. R. (1995). *Manual de Artes Gráficas*. México: Editorial Trillas.

Katz, F. (2012). *Pancho Villa*, tomos 1 y 2. México: Ediciones Era.

Katz, F. (1983). *La Guerra secreta en México*, tomos 1 y 2. México: Ediciones Era.

Katz, J. E. (2008). Cuestiones teóricas en torno a medios móviles y comunicación. En J.M. Aguado y J.I. Martínez (Coord.), *Sociedad móvil, tecnología, identidad y cultura*. España: Editorial Biblioteca Nueva, S.L.

Knight, A. (1996). *La Revolución Mexicana. Régimen constitucional*. Vol.II. México: Grijalbo.

Krone, J. (2010). Telefonía móvil ¿De la comunicación primaria a la oferta de la comunicación convergente? Un análisis sociológico de mercado. En M.A. Nicolás, M. Grandío y K. Fallend (Coords.), *Perspectivas de la comunicación móvil. Nuevas interacciones entre individuos y actores del mercado* (27-67). España: UCAM Publicaciones.

Lepidus, H. (1928). *The history of mexican journalism*. *The University of Missouri, Bulletin*, 29 (4), (1-85). Recuperado de <http://digital.library.umsystem.edu/cgi/t/text/text-idx?sid=3e9ad7d18ff950cdb103842fa1f828ff;g=c=umjour;idno=umj000049>

López, X., Pereira, J., Limia, M. y Toural, C. (2013). Prólogo. La mayoría de edad del Ciberperiodismo en España. En M.A. Cabrera (Coord.). *Evolución de los cibermedios. De la convergencia digital a la distribución multiplataforma*. España: Editorial Fragua.

Marcos de la Cruz, E. (2009). Prensa y elecciones en Sonora. El caso del periódico Orientación en las campañas electorales al gobierno de Sonora (1917 y 1919)". En Z. Trejo, y J.M. Medina (Coords.). *Historia, región y frontera. Perspectivas teóricas y estudios aplicados*. México: El Colegio de Sonora.

Martín Aguado, J.A., Piñuela, A. y González, L. (1993). *Tecnologías de la información impresa: Desarrollos tecnológicos y perspectivas*. *Información. Autoedición*. España: Editorial Fragua.

Masip, P. y Palomo, B. (2010). Efectos de la tecnología en la profesión y en la producción periodística. En M.A. Cabrera (Coord.). *Evolución tecnológica y cibermedios* (55-75). España: Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones.

Masip, P., De la Hera, T., Portilla, I., Pereira, X. y Domingo, D. (2010). Metodología. En X. López, y X. Pereira (Coords.), *Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España* (65-93). España: Universidad de Santiago de Compostela.

Maytorena, J. M. (1919). *Algunas verdades sobre el general Álvaro Obregón*. Los Ángeles, California, Estados Unidos: Imprenta de El Heraldo de México.

Medina, J. T. (1909). *La imprenta en México (1539-1821)* Tomo I. Santiago de Chile: Impreso en casa del autor. Recuperado de <http://www.memoriachilena.cl/archivos2/pdfs/MC0014228.pdf>

Medina, J. T. (1958). *Historia de la imprenta en los antiguos dominios españoles de América y Oceanía*. Tomo I. Santiago de Chile: Fondo Histórico y Bibliográfico José Toribio Medina. Recuperado de http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/historia-de-la-imprenta-en-los-antiguos-dominios-espanoles-de-america-y-oceania-tomo-i-0/html/ff290d1e-82b1-11df-acc7-002185ce6064_89.html#l_2

Medina, J. T. (1893). *La imprenta en México: epítome (1539-1810)*. Sevilla, España: Imprenta de E. Rasco. Recuperado de <http://archive.org/stream/laimprentaenmxi00goog#page/n11/mode/2up>

Mendiola, A. y Zermeño, G. (1998). Hacia una metodología del discurso histórico. En J. Galindo (Coord.), *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México: Conaculta-Addison Wesley Longman.

Mendívil Rincón, J. A. (1972b). *Medio siglo de lucha (social y política)*, tercer tomo. Hermosillo, Sonora, México: Publicidad Mendívil.

Mendívil Rincón, J. A. (1972a). *Don José Abraham Mendívil Rincón, fundador de El Imparcial*. Hermosillo, Sonora, México: copia fotostática simple.

Mendívil Rincón, J. A. (1964). *Mi duelo a muerte con Vasconcelos*. Hermosillo, Sonora, México: Imprenta Económica.

Meneses Rocha, M. E. (2010). La industria del periodismo y su transición a la convergencia digital: ciberperiódicos y periodistas convergentes en México. *Revista electrónica Virtualis* N.2 julio 2010. Recuperado de <http://viewer.zmags.com/showmag.php?mid=twqghd#/page0/>

Meyer, L. (1976). Los grupos de presión. En *Las humanidades en el siglo XX*, no. 3, *Las Ciencias Sociales*, México, UNAM, (59-77). Recuperado de http://www.lorenzomeyer.com.mx/www/lo_mas_reciente.php?id=78

Miege, B. (2008). Las industrias culturales y de información: un enfoque sociocultural. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 10 (1). Recuperado de <http://redie.uabc.mx/vol10no1/contenido-miege.html>

Moncada Ochoa, C. (2003). *Cincuenta años en esto*. Hermosillo, Sonora, México: El Sembrador Empresa Editorial.

Moncada Ochoa, C. (2000). *Dos siglos de periodismo en Sonora*. Hermosillo, Sonora, México: Ediciones EM.

Moncada Ochoa, C. (1984). *30 años en esto*. Hermosillo, Sonora, México: Gobierno del Estado de Sonora.

Murcia Ureña, R. (2000). Medios de Comunicación. En I. Almada (Coord.). *Sonora 2000 a debate: problemas y soluciones, riesgos y oportunidades* (503-519). México: Ediciones Cal y Arena y El Colegio de Sonora.

Murillo Chisem, J. (2014). *Healy: Una historia de periodismo*. México: Impresora y Editorial S.A. de C.V.

Murillo Chisem, J. (2007). Healy: historia de un periodista. Ponencia presentada en el XX Simposio de la Sociedad Sonorense de Historia. Hermosillo, Sonora, México: copias fotostáticas simples.

Murrieta Saldívar, M. (Coord.) (1994). *Bartolomé Delgado de León: Y dígalos que yo lo dije... Memorias de amor y vida en el Valle del Yaqui*. México: Gobierno del Estado de Sonora.

Musacchio, H. (2003). *Historia gráfica del periodismo mexicano*. México: Gráfica, Creatividad y Diseño.

Navarrete Maya, L. y Aguilar Plata, B. (1998). *La prensa en México (1810-1915)*. México: Pearson-Prentice Hall-Addison Wesley Longman.

Navarro Zamora, L. (2005). *Comunicación Mexicana en Internet: Guía de medios en línea*. México: Fundación Manuel Buendía-Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Navarro Zamora, L. (2002/2003): El periodismo on-line en México. *Razón y Palabra* No.30. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n30/lnavarro.html>

Ochoa Campos, M. (1968). *Reseña histórica del Periodismo Mexicano: Edición conmemorativa del tricentenario del nacimiento de nuestro primer periodista*. México: Editorial Porrúa, S. A.

Olea, Héctor R. (1995). *La imprenta y el periodismo en Sinaloa 1826-1950*. México: Universidad Autónoma de Sinaloa-Dirección de Investigación y Fomento de Cultura Regional.

Olea, H. (1985). *Sinaloa a través de sus constituciones: Documentos constitucionales históricos*. Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México. México: UNAM. Recuperado de <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/libro.htm?l=271>

Padrón Nacional de Medios Impresos. Secretaría de Gobernación. Recuperado de <http://pnmi.segob.gob.mx/>

Parra, D. (2008). Ciberperiodismo móvil: el peso específico de la cuarta pantalla en el panorama informativo internacional. *Revista RE-Presentaciones, periodismo, comunicación y sociedad*, 4, (73-91). Recuperado de <file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-CiberperiodismoMovil-2990230.pdf>

Parra Valcarce, D. (2009). Retos de futuro para el ciberperiodismo móvil. En F. Sabés y J.J. Verón (Coords.), *Retos del periodismo digital. Reflexiones desde la universidad*. España: Asociación de la Prensa de Aragón. Recuperado de <http://www.congresoperiodismo.com/pdf/libro.pdf>

Palacio Montiel, C. (2009). Una mirada a la historia de la prensa en México desde las regiones: Un estudio comparativo (1792-1950). *Hib: Revista de Historia Iberoamericana*. 1989-2616, Vol. 2, N°. 1, (80-97). Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3620950>

Palacio, C. (2006). La prensa como objeto de estudio: Panorama actual de las formas de hacer historia de la prensa en México. *Comunicación y Sociedad*,

Nueva época, núm. 5, enero-junio, 2006, (11-34). Guadalajara, Jalisco, México: Universidad de Guadalajara.

Palacio Montiel, C. (1998). Historiografía de la prensa regional en México. *Comunicación y Sociedad*, núm. 33, mayo-agosto. (9-46). Guadalajara, Jalisco, México: Universidad de Guadalajara.

Palacio Montiel, C. (1991). Una propuesta para el estudio de la prensa regional. *Memorias del VII Congreso de Historia Regional*. Culiacán, Sinaloa, México: Universidad Autónoma de Sinaloa.

Palo Alto Weekly. (1994). January 19, 1994. Palo Alto Weekly becomes the first newspaper to publish its entire editorial content to the Internet. Recuperado de http://www.paloaltoonline.com/about/palo_alto_online_timeline.php

Peña, S. (1982). *La formación del capitalismo en México*. México: Siglo XXI Editores-UNAM.

Pérez-Rayón Elizundia, N. (2001). *México 1900. Percepciones y valores de la gran prensa capitalina*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Pesqueira, F. (1945). *Nómina provisional de periódicos sonorenses*. Hermosillo, Sonora, México: Biblioteca Sonorense de Geografía e Historia.

Pimienta, N. A. (2005b). *Con olor a tinta: Periodismo sonorenses, hablan sus protagonistas*, vol. II. Hermosillo, Sonora, México: Imagen Digital del Noroeste S.A de C.V.

Pimienta, N. A. (2005a). *Periodismo escrito en Sonora*, vol. I. Hermosillo, Sonora, México: Imagen Digital del Noroeste S.A de C.V.

Plancarte, R. y Zatarain, M. E. (1987). *El pueblo: Eco de una historia cotidiana*. Hermosillo, Sonora, México: Universidad de Sonora.

Quinn, S. (2009). *Mojo-Mobile journalism in the Asian Region*. Singapore: The Konrad-Adenauer-Stiftung. Recuperado de http://www.kas.de/wf/doc/kas_18599-544-2-30.pdf

Ramos, R. (1959). *Bibliografía de la Revolución Mexicana (hasta mayo de 1931)*, tomo I y II. México: Instituto Nacional de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana.

Reed Torres, L. y Ruiz Castañeda, M. C. (1995). *El periodismo en México: 500 años de historia*. México: Edamex.

Rivera, A. G. (1969). *La revolución en Sonora*. México: edición autor.

Romero Flores, J. (1965). *El periodismo en México: síntesis histórica*. México: Gobierno del Estado de Michoacán.

Robles Monteverde, F. J. y Moreno Durazo, J. (2001). Elecciones Sonora 2000: Monitoreo de prensa y televisión. Campañas por alcaldías. En J. Poom y O. Grijalva (Eds.) *Sonora: Elecciones 2000 a debate. Balance y perspectivas*. México: El Colegio de Sonora.

Ross, S. R. (1965). El historiador y el periodismo mexicano. *Historia Mexicana*, Vol.XIV, enero-marzo, Núm. 3. (347-382). México: El Colegio de México.

Robles, E. (2000). *Retrato hablado: De los que hacen periodismo en Sonora*. Hermosillo, Sonora, México: Garabatos.

Ruiz Castañeda, M.C. (1995). El Diario de México (1805-1817). En L. Reed y M.C.

Ruiz (Coords.), *El Periodismo en México: 500 años de historia*. México: Edamex.

Ruiz Castañeda, M.C. (1990). *La prensa pasado y presente de México*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Sainz de Baranda Andújar, C., Limón Serrano, N., Herrero Curiel, E. (2011). ¿Connecting people? El uso periodístico de los smartphones. Comunicación al V Congreso Internacional de Periodismo en Red. Recuperado de <file:///C:/Users/USER/Downloads/2012-6-clarasainzdebaranda.pdf>

Salaverría, R. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. España: Fundación Telefónica y Editorial Ariel. Recuperado de <http://www.fundacióntelefonica.com/arte-cultura/publicaciones-listado>

Salaverría, R. (2013). Multiplataforma y modelos de negocio. En M.A. Cabrera (Coord.), *Evolución de los cibermedios: De la convergencia digital a la distribución multiplataforma* (145-209). Madrid: Editorial Fragua.

Salaverría Aliaga, R., García Avilés, J. A., y Masip Masip, P. (2010). Concepto de convergencia periodística. En X. López y X. Pereira (Coords.), *Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España*. España: Universidade de Santiago de Compostela.

Salaverría Aliaga, R. (2008). Ciberperiodismo: Diez años de prensa digital en España. En J.J. Fernández (Coord.), *Prensa especializada actual*. España: McGraw-Hill.

Sandomingo, M. (1951). *Historia de Agua Prieta*. México: Imprenta Sandomingo.

Sanjuán Pérez, A., Nozal Cantarero, T. y González Neira, A. (2012). Prensa para iPad: Usabilidad, interactividad y multimedia en El País y Reforma. México: Revista Mexicana de Comunicación No. 131. Recuperado de <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2012/09/03/prensa-para-ipad-usabilidad-interactividad-y-multimedia-en-el-pais-y-reforma/>

San Pedro, M., Plaza, P. y Carrero, E. (2013). Presencia y uso de los tablets en España y oportunidades para el sector prensa en la oferta de contenido de información y calidad. En *Libro Blanco de la Prensa Diaria 2013*. (254-301). España: AEDE.

Scolari, C.A., Navarro Güere, H., Kuklinsky Pardo, H., García, I. y Soriano, J. (2009). Comunicación móvil: actores y producción de contenidos en Cataluña. España, *Comunicación y Sociedad*, Vol. XXII, Número 2, (159-185). Recuperado de <file:///C:/Users/USER/Downloads/20091202125856.pdf>

Semo, E. (1981). *Historia del capitalismo en México: Los orígenes 1521-1763*. México: Ediciones Era.

Silva Rodríguez, A. (2012). Periodismo en dispositivos móviles: perspectiva de la lenta incorporación por los medios de Galicia. En F. Sabés y J.J. Verón (Coords.), *El periodismo digital analizado desde la investigación procedente del ámbito académico*. España: Asociación de Periodistas de Aragón. Recuperado de <http://decimotercero.congresoperiodismo.com/pdf/Libroelectronico2012.pdf>

Sohn, A., Ogan, Ch. y Polich, J. (1988). *La dirección de la empresa periodística*. España: Paidós Comunicación.

Staples, A. (2000). La lectura y los lectores en los primeros años de la vida independiente. En *Historia de la lectura en México/ Seminario de Historia de la Educación en México*, segunda reimpresión. México: El Colegio de México.

Stein, M L. (1995). Knight-Ridder paper joins the World Wide Web. *Editor & Publisher* (Feb 4, 32) tomo 128, No.5. Recuperado de <http://0-search.proquest.com.jabega.uma.es/docview/194276042?accountid=14568>

Sugawara Hikichi, M. (1989). La Independencia y las clases sociales. Un ensayo de interpretación. En A. Matute y C. Vázquez Mantecón (Editores), *Historia Moderna y Contemporánea de México*, v. 12, (11-25). México: UNAM. Recuperado de <http://www.historicas.unam.mx/moderna/ehmc/ehmc12/149.html>

Timoteo Álvarez, J. (2004). Los medios y el desarrollo de la sociedad occidental. En C. Barrera (Coord.), *Historia del periodismo universal*. España: Editorial Ariel S.A.

Timoteo Álvarez, J. y Martínez Riaza, A. (1992). *Historia de la prensa hispanoamericana*. Madrid: Editorial Mapfre.

Torres, T. (1937). *Periodismo*. México: Editorial Jus.

Toussaint Alcaraz, F. (1989). *Escenario de la prensa en el Porfiriato*. México: Universidad de Colima-Fundación Manuel Buendía.

Trejo Delarbre, R. (2011). Prólogo. En C. Avilés, E. Hernández y J. Horta (Coords.) *Periodismo en México: Recuentos e interpretaciones*. México: Editorial Porrúa.

Trejo Delarbre, R. (1996). *La nueva alfombra mágica: Usos y mitos de Internet, la red de redes*. Madrid: Fundesco. Recuperado de http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=biblioteca.LeerLibroIU.leer&libro_id=4

Vázquez Ruiz, M.A. (1991). *Sonora: sociedad, economía, política y cultura*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Velasco Valdés, M. (1955). *Historia del periodismo mexicano*. México: Porrúa.

Vilches, L. (2011). La preparación de una investigación en comunicación. En L. Vilches (Coord.), *La investigación en comunicación: Métodos y técnicas en la era digital*. España: Editorial Gedisa S.A.

Villa, E. W. (1984). *Historia del Estado de Sonora*. Hermosillo, Sonora, México: Gobierno del Estado de Sonora.

Villa, E.W. (1943). La imprenta y el periodismo en Sonora. Hermosillo, Sonora, México: *El Pueblo*

Womack, J. (1992). La revolución mexicana 1910-1920. *Historia de América Latina*, Vol.9. España: Editorial Crítica S.A. Recuperado de http://www.bsolot.info/wp-content/pdf/Bethell_Leslie%20-%20Historia_de_America_Latina_IX.pdf

Zeta de Pozo, R., Ruiz, F. y Waisbord, S. (2004). Los medios de comunicación en América Latina. En C. Barrera (Coord.), *Historia del periodismo universal*. España: Editorial Ariel S.A.

Hemerografía

Cambio Sonora

Crítica

El Imparcial

El Independiente

El Matinal

El Pueblo

El Sonorense

El Universal

Frontera

La Crónica de Hoy

La Crónica

La Jornada

Orientación

Primera Plana

Reforma

Revista Opinión

Cibergrafía

elimparcial.com

eluniversal.com.mx

frontera.info

fronteraensenada.info

lacrónica.com

lajornada.unam.mx

paloaltoonline.com

reforma.com

Aplicaciones móviles de noticias para iPhone

El Debate

El Diario de Coahuila

El Economista

El Financiero

El Horizonte

El Imparcial

El Informador

El Mexicano

El Norte

El Siglo de Coahuila

El Siglo de Durango

El Siglo de Torreón

El Universal

Excélsior

Expreso

Frontera

Frontera Ensenada

Frontera San Diego

Índigo Vivo

La Crónica

La Crónica de Hoy

La Jornada

La Razón

Milenio Diario

Mural

Novedades QR

Periódico AM

Reforma

Siglo Torreón

Tabasco Hoy

Vanguardia

Zócalo

24 Horas

Aplicaciones móviles de noticias para iPad

El Debate

El Diario de Coahuila

El Economista

El Financiero

El Horizonte

El Imparcial

El Informador

El Mexicano

El Norte

El Siglo de Durango

El Siglo de Torreón

El Universal

Excélsior

Frontera

Frontera Ensenada

Frontera San Diego

La Crónica

La Crónica de Hoy

La Jornada

La Razón

Milenio impreso

Mural

Novedades QR

Periódico AM

Reforma

Reporte Índigo 5 Días

Vanguardia

Zócalo

24 Horas

ANEXOS



Figura No. 3

Matriz general del desarrollo y evolución histórica de la distribución de noticias de la prensa mexicana

Tipología de la prensa impresa mexicana	Marco regulador	Tipo de propiedad	Función dominante político económica	Contenido principal	Unidad productora tecnológica y material	Audiencia	Periodo histórico	Área geográfica de influencia	Plataforma de distribución de noticias	Modelo de negocio
La prensa orgánica colonial mexicana	La regularon las leyes de la Corona española y la Constitución de Cádiz de 1812	Monárquica y de particulares	La prensa hegemónica monárquica española contribuye a la dominación política y económica de la Nueva España.	Información	El taller basado en la imprenta artesanal y su soporte de papel, con tirajes reducidos de impresos	Escasos lectores ilustrados, entre ellos las autoridades virreinales, militares, religiosas y criollos	1541-1809	La ciudad de México y provincias de la Nueva España	El papel y tinta	Venta de ejemplares
La prensa orgánica polarizada o facciosa mexicana	La regularon los artículos 50 de la constitución de 1824; y el artículo 7 de 1857.	Privada y pública	La función de la prensa se polariza porque las facciones antagónicas usan a los periódicos en sus disputas por el poder político y económico del Estado nacional mexicano, en proceso de formación y ya constituido.	Opiniones y en menor proporción las noticias	El taller basado en la imprenta artesanal y manufacturera; y el soporte es el papel, con tirajes pequeños de ejemplares periódicos	Los ilustrados de las facciones políticas y económicas	1810-1915	La ciudad de México, Estados y territorios del país	El papel y tinta	Subvención y venta de ejemplares
La prensa industrial impresa mexicana	La regulan los artículos 6 y 7 de la constitución de 1917	Privada, pública y de cooperativas	Es una industria que influye con sus contenidos en el mercado y en el sistema	Las noticias, entretenimiento y en menor proporción	Es la empresa basada en la imprenta industrial, con millares de	La clase media, en su mayoría, y clase alta	1916-hoy	La ciudad de México, los Estados y territorios del país.	El papel y tinta	Publicitario, suscripción y venta directa de ejemplares

			político. El propietario controla el funcionamiento de dicha empresa y quien, a su vez, es influido por grupos de presión político-económicos, ya sea mediante los contratos de publicidad, por empréstitos y otras medidas de presión.	las opiniones, publicidad, servicios	ejemplares diarios y con destino al público masivo.					
La prensa industrial mexicana en la web	La regulan los artículos 6 y 7 de la constitución vigente desde 1917	Privada	La plataforma web tiene la misma función política y económica del medio impreso porque éste la controla y la integra en su operación y contenidos.	Las noticias, entretenimiento y en menor proporción las opiniones, publicidad, servicios. Estos contenidos han dependido de la plataforma impresa.	Es la unidad productora de la edición web, dependiente de su matriz impresa, basada en los ordenadores, el software, el entorno de la web y las redes sociales	Los usuarios de la web	1995-hoy	La comunidad virtual	Las plataformas web y las redes sociales	Publicitario y de suscripción de pago
La prensa industrial mexicana en el móvil	La regulan los artículos 6 y 7 de la constitución vigente	Privada	La plataforma móvil tiene la misma función política y económica del	Las noticias, entretenimiento y en menor proporción	Es la unidad productora de la edición móvil, dependiente de su matriz impresa y	Usuarios de telefonía móvil	Finales de los años noventa hasta hoy	Los usuarios de la telefonía móvil de México y de	Las alertas de noticias, la web móvil y las <i>apps</i> de noticias	Publicitario y de suscripción

	desde 1917		medio impreso y de la edición web, porque estos la controlan e integran en sus operaciones y contenidos.	las opiniones, publicidad, servicios. Estos contenidos dependen de la web de <i>elimparcial.com</i>	de la web, basada en la tecnología de la telefonía móvil y sus soportes móviles.			otros países.		
--	------------	--	--	---	--	--	--	---------------	--	--

Figura: elaboración propia

Figura No. 4

Matriz general del desarrollo y evolución histórica de la distribución de noticias de la prensa de Sonora

Tipología de la prensa impresa de Sonora	Marco regulador	Tipo de propiedad	Función dominante político-económica	Contenido principal	Unidad productora tecnológica y material	Audiencias	Periodo histórico	Área geográfica de influencia	Plataformas de distribución de noticias	Modelo de negocio
La prensa orgánica colonial de Sonora	La leyes de la Corona española y la Constitución de Cádiz de 1812	Inexistente	Inexistente	inexistente	Inexistente en la provincia de Sonora	Había lectores, pero de periódicos o materiales que se imprimían fuera de Sonora	Inexistente	Inexistente	Papel y tinta impreso fuera de Sonora	inexistente
La prensa orgánica polarizada de Sonora	La han regulado los artículos 50 de la constitución de 1824; y el artículo 7 de 1857; los artículos 6 y 7 de la constitución vigente desde 1917	Privada y pública	La función de la prensa se polariza porque las facciones antagónicas usan a los periódicos en sus disputas por el poder político y económico del Estado de Sonora, en proceso de formación y ya constituido.	Los comentarios políticos y las noticias.	Es el taller de la imprenta del Gobierno de Sonora y de imprentas privadas de tipo artesanal y manufacturera; con tirajes pequeños de periódicos	Los ilustrados de las facciones políticas y económicas de Sonora	1828-1936	La ciudad de Hermosillo y otras zonas urbanas del Estado	Papel y tinta	La subvención, publicitario, suscripción y venta directa de ejemplares
La prensa	La regulan	Privada y	Es una	Las noticias	Es la	La clase	1937-hoy	La ciudad	Papel y tinta	Publicitario,

industrial impresa de Sonora	los artículos 6 y 7 de la constitución vigente desde 1917	Pública	industria que influye con sus contenidos en el mercado y en el sistema político de Sonora. El propietario controla el funcionamiento de dicha empresa y quien, a su vez, es influido por grupos de presión político-económicos, ya sea mediante los contratos de publicidad, por empréstitos y otras medidas de presión.	y comentarios variados, entretenimiento, publicidad, servicios	empresa basada en la imprenta industrial, con millares de ejemplares diarios y con destino al público masivo.	media, en su mayoría, y clase alta		de Hermosillo y otras zonas urbanas del Estado y de Arizona, Estados Unidos		suscripción y venta directa de ejemplares
La prensa industrial sonorense en la web	La regulan los artículos 6 y 7 de la constitución vigente desde 1917	Privada	La edición web tiene la misma función política y económica del medio	Las noticias y comentarios variados, entretenimiento, publicidad,	Es la unidad productora de la edición web, dependiente de su matriz impresa,	Los usuarios son en su mayoría hombres, menores de 44 años, con estudios	1995-hoy	Usuarios de Hermosillo de Sonora que acceden a la web.	Las plataformas web y las redes sociales.	Publicitario

			impreso porque éste la controla y la integra en su operación y contenidos.	servicios. Estos contenidos han dependido de la plataforma de papel y tinta.	basada en los ordenadores, el software, el entorno de la web y las redes sociales	universitarios				
La prensa industrial sonoreense en el móvil	La regulan los artículos 6 y 7 de la constitución vigente desde 1917	Privada	La edición móvil tiene la misma función política y económica del medio impreso y de la web, porque estos la controlan e integran en sus operaciones y contenidos.	Las noticias y comentarios variados, entretenimiento, publicidad, servicios. Estos contenidos dependen de la web de <i>elimparcial.com</i>	Es la unidad productora de la edición móvil, dependiente de su matriz impresa y de la web, basada en la tecnología de la telefonía móvil y sus soportes móviles.	Usuarios de telefonía móvil	2010- hoy	Usuarios de Hermosillo y de Sonora con acceso a las <i>apps</i> de noticias y a otras plataformas móviles	Las alertas de noticias, la web móvil y las <i>apps</i> de noticias	Publicitario

Figura: elaboración propia

Figura No. 5

Matriz general del desarrollo y evolución histórica de la distribución de noticias de *El Imparcial* de Hermosillo, Sonora

Empresa editora de <i>El Imparcial</i>	Marco regulador	Tipo de propiedad	Función político-económica	Contenido principal	Unidad productora	Audiencia	Área geográfica de influencia	Plataforma de distribución de noticias	Periodo histórico	Modelo de negocio
La plataforma de papel	La regulan los artículos 6 y 7 de la constitución vigente desde 1917 y su código interno de autorregulación ética.	Privada. Primero de José Abraham Mendivil 1937-1942; y a partir de 1942 a la fecha de la familia Healy.	La empresa editora de <i>El Imparcial</i> es una industria que influye con sus ediciones impresas, de la web y de los móviles en el mercado y en el sistema político de Sonora. La familia Healy es la propietaria y controla su funcionamiento pero, a su vez, es influida por grupos de presión, ya sea mediante los contratos de publicidad y por empréstitos,	Las noticias y comentarios variados, entretenimiento, publicidad, servicios	La empresa editora de <i>El Imparcial</i> publica millares de ejemplares diarios en una imprenta industrial	Lectores de la clase media y alta	Hermosillo y otras ciudades de Sonora y de Arizona, Estados Unidos.	El papel y tinta	1937-actualidad	Publicitario, suscripción y venta directa de ejemplares

			entre otras medidas de presión.							
La plataforma web	La regulan los artículos 6 y 7 de la constitución vigente desde 1917. También cuenta con el código de ética de la edición impresa.	Propiedad privada de la familia Healy.	La edición web <i>elimparcial.com</i> tiene la misma función política y económica del diario impreso porque es la misma empresa editora la que controla a ambos y los integra en su operación y contenidos.	Las noticias y comentarios variados, entretenimiento, publicidad, servicios. Estos contenidos dependen de la plataforma de papel y tinta de <i>El Imparcial</i>	La unidad productora de la edición web transmite en Internet, dependiente de la empresa editora de <i>El Imparcial</i> impreso.	Clase media en su mayoría, que tiene acceso a su sitio web	Hermosillo y Sonora.	La web reutilizable, re combinada y recreadora, así como las redes sociales	1995-hoy	Publicitario y dependiente de su matriz impresa
La plataforma móvil	La regulan los artículos 6 y 7 de la constitución vigente desde 1917. También cuenta con el código de ética de la edición impresa. En el caso de las aplicaciones	Propiedad privada de la familia Healy.	Las ediciones móviles del iPhone, iPad y BlackBerry, entre otros dispositivos, tienen la misma función política y económica del diario impreso y de	Las noticias y comentarios variados, entretenimiento, publicidad, servicios. Estos contenidos dependen de la web de <i>elimparcial.com</i>	La unidad productora de la edición móvil transmite para los dispositivos móviles, dependiente de la empresa editora de <i>El Imparcial</i> impreso y de la web.	Clase media en su mayoría, que es usuaria de la telefonía móvil y que accede a las plataformas móviles de <i>El Imparcial</i>	Hermosillo y Sonora.	Los SMS y MMS noticiosos, la web móvil y las <i>apps</i> de noticias de los móviles	Primera década del siglo XXI-actualidad	Publicitario y dependiente de su matriz impresa

	móviles de noticias para iPhone y iPad, la regulan además las disposiciones establecidas por la empresa Apple.		la web porque es la misma empresa editora la que los controla e integra en su operación y contenidos.							
--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--

Figura: elaboración propia

Figura No. 6

Matriz del desarrollo y evolución histórica de la plataforma web de la empresa editora de *El Imparcial* de Hermosillo

La plataforma web de la empresa editora de <i>El Imparcial</i>	Marco regulador	Tipo de propiedad	Función político-económica	Contenido principal	Unidad productora	Audiencia	Área geográfica de influencia	Plataforma de distribución de noticias	Periodo histórico	Modelo de negocio
Etapa de la reutilización de la web de <i>El Imparcial</i>	La regulan los artículos 6 y 7 de la constitución vigente desde 1917. También cuenta con el código de ética de la edición impresa.	Propiedad privada de la familia Healy	El modelo reutilizado de la plataforma web tiene la misma función política y económica del diario impreso porque es la misma empresa editora de <i>El Imparcial</i> la que lo controla y lo integra en su operación y contenidos.	Noticias retomadas de los contenidos originales de la edición impresa y que se actualizan cada 24 horas, a la par de la producción de dicha plataforma de papel y tinta.	La empresa filial “Índices” es la responsable de producir y distribuir en la web.	Los usuarios de la web que acceden a esa plataforma abierta	Hermosillo y Sonora.	La web reutilizada	1995-1996	Publicitario, dependiente de su matriz impresa
Etapa de la recombinación de la web de <i>El Imparcial</i>	La regulan los artículos 6 y 7 de la constitución vigente desde 1917. También cuenta con el código de ética de	Propiedad privada de la familia Healy	El modelo recombinado de la plataforma web tiene la misma función política y económica del diario impreso porque es la misma empresa editora la que	Noticias de agencias de información, de la plantilla propia de la plataforma de papel, archivo de ediciones anteriores, anuncios clasificados,	La empresa filial “Índices” es la responsable de producir y distribuir en la web.	Los usuarios de la web que acceden a dicha plataforma abierta	Hermosillo y Sonora.	La web recombinada	1996-2003	Publicitario, dependiente de su matriz impresa

	la edición impresa.		lo controla y lo integra en su operación y contenidos.	<i>chats</i> , etc.						
Etapas de la recreación de la web de <i>El Imparcial</i>	La regulan los artículos 6 y 7 de la constitución vigente desde 1917. También cuenta con el código de ética de la edición impresa.	Propiedad privada de la familia Healy	El modelo recreador de la plataforma web tiene la misma función política y económica del diario impreso porque es la misma empresa editora de <i>El Imparcial</i> la que lo controla y lo integra en su operación y contenidos.	Noticias actualizadas constantemente, temas especiales, vídeos y contenidos generados por los usuarios, publicidad e interactividad en las redes sociales	Unidad productora especializada e integrada para publicar en la plataforma impresa, en la web, en las redes sociales y en los dispositivos móviles	Los usuarios hombres en su mayoría (71%), menores de 44 años y con estudios universitarios	Hermosillo y Sonora.	La web recreadora, redes sociales	2004-actualidad	Publicitario, dependiente de su matriz impresa

Figura: elaboración propia

Figura No. 7

Matriz del desarrollo y evolución histórica de las plataformas móviles de la empresa editora de *El Imparcial* de Hermosillo

La plataforma móvil de la empresa editora de <i>El Imparcial</i>	Marco regulador	Tipo de propiedad	Función político-económica	Contenido principal	Unidad productora	Audien-cias	Área geográfica de influencia	Plataforma de distribución de noticias	Periodo histórico	Modelo de negocio
Etapa de los SMS y MMS noticiosos de <i>El Imparcial</i>	La regulan los artículos 6 y 7 de la constitución vigente desde 1917. También cuenta con el código de ética de la edición impresa.	Propiedad privada de la familia Healy	Las versiones para SMS y MMS tienen la misma función política y económica del diario impreso y de la web porque es la misma empresa editora de <i>El Imparcial</i> la que los controla e integra en su operación y contenidos.	Mensajes cortos de noticias e imágenes, dependientes de la web de <i>elimparcial.com</i>	La empresa filial “Índices” produce las alertas de noticias para que una compañía telefónica las transmita a los usuarios de teléfonos móviles básicos, suscritos a dicho servicio informativo.	Los usuarios de telefonía móvil con suscripción al servicio de alertas de noticias	Hermosillo y Sonora.	Los SMS y MMS de noticias para los teléfonos móviles	Primera década del siglo XXI	Publicitario, dependiente de su matriz impresa
Etapa de la web móvil de <i>El Imparcial</i>	La regulan los artículos 6 y 7 de la constitución vigente desde 1917. También cuenta con el código de	Propiedad privada de la familia Healy	Las versiones para la web móvil tienen la misma función política y económica del diario impreso y de la web porque es la	Las noticias y comentarios variados, entretenimiento, publicidad, servicios. Estos contenidos dependen de la web de	La unidad productora de la plataforma web de la empresa editora de <i>El Imparcial</i> actualiza la web móvil para los	Los usuarios de telefonía móvil que acceden a la web móvil	Hermosillo y Sonora.	La web móvil para los móviles	2006-actualidad	Publicitario, dependiente de su matriz impresa

	ética de la edición impresa		misma empresa editora de <i>El Imparcial</i> la que los controla e integra en su operación y contenidos.	<i>elimparcial.com</i>	dispositivos móviles con acceso a esa plataforma abierta.					
Etapas de las aplicaciones de <i>El Imparcial</i>	La regulan los artículos 6 y 7 de la constitución vigente desde 1917. También cuenta con el código de ética de la edición impresa. De igual forma, la regulan las disposiciones establecidas por la empresa Apple, en el caso de las <i>apps</i> de noticias para iPhone y iPad.	Propiedad privada de la familia Healy	Las aplicaciones de noticias para iPhone y el iPad, entre otros dispositivos, tienen la misma función política y económica del diario impreso y de la web porque es la misma empresa editora de <i>El Imparcial</i> la que los controla e integra en su operación y contenidos.	Las noticias y comentarios variados, entretenimiento, publicidad, servicios. Estos contenidos dependen de la web de <i>elimparcial.com</i>	La unidad productora de la plataforma web de la empresa editora de <i>El Imparcial</i> actualiza las <i>apps</i> o aplicaciones para los dispositivos móviles con acceso a tales plataformas cerradas.	Los usuarios de telefonía móvil que acceden a las <i>apps</i>	Hermosillo y Sonora	Las <i>apps</i> de noticias para smartphones y tabletas	2010-actualidad	Publicitario, dependiente de su matriz impresa

Tabla: elaboración propia

