



La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua:  
Prensa, radio, televisión e Internet  
Rosalba Mancinas Chávez

---



**Facultad de Comunicación  
Departamento de Periodismo II**

**Tesis Doctoral**

**TOMO II**

**LA ESTRUCTURA MEDIÁTICA DE MÉXICO  
Y EL CASO DEL ESTADO DE CHIHUAHUA:  
PRENSA, RADIO, TELEVISIÓN E INTERNET**

Programa: *Periodismo y Sociedad: Perspectivas, estrategias y tendencias*

Doctoranda: *Rosalba Mancinas Chávez*

Director: *Dr. Ramón Reig*

**VºBº del Director**

Sevilla, Enero de 2009



**Rosalba Mancinas Chávez**

**Tesis Doctoral**

**TOMO II**

**Anexo documental**

**LA ESTRUCTURA MEDIÁTICA DE MÉXICO  
Y EL CASO DEL ESTADO DE CHIHUAHUA:  
PRENSA, RADIO, TELEVISIÓN E INTERNET**

**Sevilla, Enero de 2009**



## TOMO II

### ANEXO DOCUMENTAL

1. Ley Televisa. Momentos importantes hasta la aprobación en el Senado .....	4
2. Infraestructura de radio y televisión .....	9
3. Infraestructura de estaciones de radio AM .....	11
4. Infraestructura de estaciones de radio FM.....	47
5. Infraestructura de estaciones de televisión .....	83
6. Cuestionario para el diagnóstico de expertos .....	114
7. Representantes de la radio chihuahuense en el contexto nacional .....	122
8. Cuestionario a periódicos de Internet .....	125
9. Medios digitales en Chihuahua .....	137
10. Portadas de diarios chihuahuenses .....	139
a. El Heraldo de Chihuahua .....	139
b. El Sol de Parral .....	140
c. El Mexicano.....	141
d. El Diario.....	142
e. El Diario de Chihuahua .....	143
f. El Peso.....	144
g. PM.....	145
h. Norte de Ciudad Juárez .....	146
i. Omnia.....	147
j. El Observador .....	148
k. El Pueblo.....	149



## **DOCUMENTO 1. Ley Televisa. Momentos importantes hasta la aprobación del Senado<sup>1</sup>**

### **Diciembre 2005**

**1** En siete minutos, y en total sigilo, por unanimidad, 327 diputados aprueban reformas a las leyes federales de Radio y Televisión y Telecomunicaciones.

**5** Rogerio Azcárraga, presidente de Radio Fórmula, envía una carta al titular de la CIRT, Alejandro García Gamboa, en la que le pide tomar "medidas extremas" para evitar la aprobación de las reformas a la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT).

**7** Empresas radiofónicas adscritas a la CIRT piden la expulsión de esta cámara de las televisoras o la creación de una nueva cámara que agrupe esta industria.

**8** El Senado turna a comisiones la iniciativa con un anexo que permite el otorgamiento de las combos<sup>2</sup>.

**12** Por medio de dos escritos, intelectuales, comunicadores, actores y académicos solicitan al Senado que se tome en cuenta la opinión de todos los involucrados, pues afirman que es "insuficiente, riesgosa y que tendría graves consecuencias para la sociedad y la radiodifusión".

El PRD en la Cámara de Diputados retira su aprobación al dictamen de reformas.

**13** El Senado pospone hasta febrero la discusión. La CIRT publica un desplegado en el que expresa su respaldo a la minuta.

**14** En otro desplegado, decenas de radiodifusores agremiados a la cámara, encabezados por Rogerio Azcárraga, desmienten la unidad de la CIRT.

---

<sup>1</sup> Cronología elaborada por la Revista Etcétera, publicada en abril de 2006. <http://www.etcetera.com.mx/pagmom02ane66.asp>

<sup>2</sup> El término combo se utiliza para designar a la combinación de una estación paralela en FM a las concesiones ya existentes en AM.



## **Enero 2006**

**1** La AMARC-México y la Comisión Mexicana de Defensa y Promoción de los Derechos Humanos declaran que de aprobarse la minuta será "el retroceso más grande del país en materia no solamente de radio y televisión, sino en el ámbito de libertad de expresión y derecho a la información".

**11** La Canieti y el Colegio Nacional de Economistas solicitan revisar las reformas de la LFRTV, en un escrito enviado al Senado y llevar a cabo, antes de su votación, "una consulta pública y transparente con el gobierno federal y cámaras industriales involucradas".

Diversos radiodifusores se reúnen en la SCT con el subsecretario Jorge Álvarez Hoth y con el presidente de la CIRT, Alejandro García Gamboa, donde se vierten críticas a los cambios aprobados por los diputados.

**19** Alejandro García Gamboa, de la CIRT, admite que el tema generó entre los agremiados diferencias de opinión y señala que la aprobación de las reformas no debe forzarse.

**24** La CIRT aprueba por unanimidad las reformas a la ley de radio y TV; según su presidente, Alejandro García Gamboa, esto desmiente que haya alguna división en el organismo.

**28** *El Universal* publica que el subsecretario de Normatividad de Medios, Enrique Aranda, ha enterado a las comisiones del Senado que estudian la minuta de posibles cambios en los que el Ejecutivo tiene interés en que se apliquen correcciones. Los comentarios del Ejecutivo a la reforma que pasó por consenso en la Cámara de Diputados, buscan enriquecer la reforma, como es el caso del punto de la elección de consejeros de la Cofetel, renglón en el que se procura que la sociedad tenga una mayor certidumbre.

## **Febrero**



**1** A diferencia de la misiva del 11 de enero cuando había criticado la minuta, con esta fecha la presidenta de la Canieti, María Teresa Carrillo, envía otra carta al Senado donde expresa que "la minuta aprobada por la Cámara de Diputados representa un avance en el fortalecimiento del órgano regulador y busca la convergencia", por lo que exhorta al Senado "a continuar con el proceso de revisión de las propuestas de la minuta en cuestión, y en virtud de los avances que ya contempla la minuta turnada por la Cámara de Diputados, aprobar la misma".

**4** La Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México envía al Senado un análisis de la minuta en el que señala que "es incompleta e imprecisa, por lo que resulta imprescindible su revisión".

**6** La AMARC-México entrega al Senado sus observaciones a la minuta. Establece que las reformas a la ley "afectan de manera sustancial y negativa el servicio de radiodifusión en general y, en particular, de las emisoras bajo el régimen de permiso". Y que "no sólo no mejoran en absoluto este instrumento jurídico, sino que condenan a la extinción a los ejercicios de radio comunitaria que existen en nuestro país".

También los radiodifusores de AM agrupados en la asociación Radio Independiente, que preside Roque Chávez, envían al Senado una misiva en la que solicitan eliminar de las reformas en materia de radio y televisión la licitación de concesiones mediante subasta pública e incorporar modificaciones que garanticen que los radiodifusores de Amplitud Modulada puedan acceder a la convergencia tecnológica

**8** Inician las consultas públicas del Senado. En la reunión, Héctor Osuna, afirma: "la coincidencia es que faltan temas que incluir en esto".

La Canitec dirige una carta al Senado en la que le solicita especial atención en la regulación de la convergencia tecnológica.

**22** El IFE expone que la minuta es deficiente porque permite evadir el proceso de fiscalización a los partidos políticos, y se convierte a la institución en una simple "caja de cobro" de la publicidad que se contrate en los medios electrónicos. Añade que la minuta otorga a los candidatos la facultad de contratar espacios en medios -que no



considera el COFIPE, que constriñe esta exclusividad a los partidos políticos-, por lo que se podría presentar una contradicción por dos normas del mismo rango.

Eduardo Pérez Motta, de la Cofeco, y Jorge Arredondo, de la Cofetel, coinciden en que la reforma es insuficiente, omisa y no garantiza el futuro de la radiodifusión.

**25** El Colegio Nacional de Economistas solicita que el Senado modifique la minuta para que haya un marco legal adecuado para regular, promover y supervisar el desarrollo eficiente y la cobertura social amplia de los servicios de telecomunicaciones y de radio y televisión.

### **Marzo**

**1** *El Universal* difunde grabaciones de las conversaciones Javier Tejado Dondé con representantes de telefónicas. Sus editores consideran que eso demuestra las presiones de Televisa para aprobar la minuta.

**7** Gobernación señala que el Ejecutivo se mantendrá atento al debate, pero ni participará ni interferirá en el tema mientras el Poder Legislativo analice la minuta.

**9** *The Wall Street Journal* publica que las presiones y cabildeo que Televisa realiza para que las reformas a las leyes de radio y televisión y de telecomunicaciones sean aprobadas "a su gusto" por el Senado, son un signo de preocupación en un país en el cual la mayoría de las industrias son dominadas por una o dos empresas.

**15** La Cofetel presenta su análisis de la minuta, que la considera como un retroceso. "En caso de aprobarse, despojaría al Estado de su rectoría sobre los bienes de la nación y de su potestad exclusiva para otorgar concesiones en materia de vías generales de comunicación".

**22** La fracción del PAN en el Senado acuerda votar sin enmiendas la minuta.

**23** Los senadores priistas acuerdan impulsar la minuta en sus términos.

**24** Los presidentes de la Canitec, Alejandro Puente, y de la Cofeco, Eduardo Pérez Motta, piden al Senado que no apruebe en sus términos la minuta.



Senadores del PRI, PAN y PRD que se oponen a la minuta integran un bloque para impedir que el Senado la apruebe.

**28** En la reunión de comisiones y sin expresar sus argumentos para impulsar la minuta, los defensores de ésta se impusieron por dos votos y la aprobaron como dictamen para ser discutida en el pleno. La votación fue 11 a nueve con dos abstenciones.

Al inicio de sus noticieros estelares, Televisa y TV Azteca fijan su postura.

**29** Andrés Manuel López Obrador sugiere posponer la discusión de la minuta de la Ley Federal de Radio y Televisión.

Las estaciones adscritas al IMER reproducen constantemente tres *spots* que manifiestan su rechazo a las reformas.

**30** Por 81 votos en favor, 40 en contra y cuatro abstenciones, el Senado aprueba la Reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión y a la Ley Federal de Telecomunicaciones.

*Fuente: Revista Etcétera. Abril de 2006.*



## **Documento 2. Infraestructura de radio y televisión**



(poner doc. De infraestructura de radio y televisión)



## **Documento 3: Infraestructura de estaciones de radio AM**



(insertar documento de 35 páginas titulado  
infraestructura de estaciones de radio AM)





La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua:  
Prensa, radio, televisión e Internet  
Rosalba Mancinas Chávez

---



La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua:  
Prensa, radio, televisión e Internet  
Rosalba Mancinas Chávez

---







La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua:  
Prensa, radio, televisión e Internet  
Rosalba Mancinas Chávez

---



La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua:  
Prensa, radio, televisión e Internet  
Rosalba Mancinas Chávez

---



La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua:  
Prensa, radio, televisión e Internet  
Rosalba Mancinas Chávez

---





La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua:  
Prensa, radio, televisión e Internet  
Rosalba Mancinas Chávez

---















La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua:  
Prensa, radio, televisión e Internet  
Rosalba Mancinas Chávez

---











La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua:  
Prensa, radio, televisión e Internet  
Rosalba Mancinas Chávez

---









La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua:  
Prensa, radio, televisión e Internet  
Rosalba Mancinas Chávez

---



















## **DOCUMENTO 4: Infraestructura de estaciones de radio FM**





La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua:  
Prensa, radio, televisión e Internet  
Rosalba Mancinas Chávez

---





































La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua:  
Prensa, radio, televisión e Internet  
Rosalba Mancinas Chávez

---





La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua:  
Prensa, radio, televisión e Internet  
Rosalba Mancinas Chávez

---







La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua:  
Prensa, radio, televisión e Internet  
Rosalba Mancinas Chávez

---















La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua:  
Prensa, radio, televisión e Internet  
Rosalba Mancinas Chávez

---









## **DOCUMENTO 5: Infraestructura de estaciones de televisión**











La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua:  
Prensa, radio, televisión e Internet  
Rosalba Mancinas Chávez

---









La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua:  
Prensa, radio, televisión e Internet  
Rosalba Mancinas Chávez

---





La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua:  
Prensa, radio, televisión e Internet  
Rosalba Mancinas Chávez

---





La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua:  
Prensa, radio, televisión e Internet  
Rosalba Mancinas Chávez

---



La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua:  
Prensa, radio, televisión e Internet  
Rosalba Mancinas Chávez

---









La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua:  
Prensa, radio, televisión e Internet  
Rosalba Mancinas Chávez

---



























## **DOCUMENTO 6: Cuestionario para el diagnóstico de los expertos**

1. A su juicio, ¿es la concentración mediática un problema en México?
2. En líneas generales, ¿qué opinión le merecen las políticas de comunicación que se han seguido en México en los últimos decenios?
3. ¿Considera usted que los medios mexicanos conjugan su lógico ánimo de lucro con la función de servicio público?
4. ¿Existe la influencia de grupos de comunicación extranjeros en México? En caso de que la respuesta sea sí, ¿de qué manera se hace visible?
5. ¿Estima usted que hay presencia en el accionariado de los medios de comunicación de empresas ajenas al sector de la comunicación?
6. ¿Qué papel están desempeñando los medios de comunicación en la democracia mexicana?

### **RESPUESTAS**

#### **Irving Berlín Villafaña**

1. A su juicio, ¿es la concentración mediática un problema en México?

Si lo es, aunque es un problema de diversos niveles. En primer lugar la concentración televisiva, telefónica y, en general de servicios digitales, es grave y el nivel de presión que pueden ejercer en contra de las autoridades es grande, como se demuestra en la negociación de la Ley Televisa. No obstante, la crudeza en la concentración de los medios audiovisuales no lo es tanto en materia radiofónica, por ejemplo, en donde la historia de la industria tiene grupos locales regionales y nacionales. Aunque la radio también tiende a concentrarse es menor respecto de la televisión.

Otro nivel que hay que observar es el tema de los corporativos de medios que se integran con varios medios, prensa, radio y a veces cable o televisión. Es claro que estos corporativos tienen mejores condiciones para competir con la industria mundial, pero también tienen una repercusión de sus intereses en el plano nacional.

Si consideramos las condiciones de operación de las industrias locales y regionales, igual el fenómeno es diferente. En estos ámbitos hay menor concentración de la propiedad de los medios.



2. En líneas generales, ¿qué opinión le merecen las políticas de comunicación que se han seguido en México en los últimos decenios?

Se ha transitado de procesos de intentos de regulación de medios hacia la desregulación. Las leyes son obsoletas y se ha ido abandonando el sistema mixto de la concesión/permiso de los medios, de modo que se fortalece el sistema comercial. No obstante, cada medio tiene su diferencia, como podría notarse en el caso de la industria cinematográfica, o en la radio donde aun se mantienen instituciones estatales como los sistemas regionales de comunicación o IMer. La política de comunicación es que no hay política de comunicación. Es decir, el mercado impone en la medida de sus fuerzas sus condiciones, salvo las excepciones.

3. ¿Considera usted que los medios mexicanos conjugan su lógico ánimo de lucro con la función de servicio público?

Pues depende. Hay medios que si y medios que no. Seria interesante elaborar una tipología sobre lo que significa proyectar la función de medios de servicio publico e intentar verificar por zonas del país, su cumplimiento. De otro modo, solo hay puntos de vista muy ideologizados sobre el tema.

4. ¿Existe la influencia de grupos de comunicación extranjeros en México?  
En caso de que la respuesta sea sí, ¿de qué manera se hace visible?

Si, en la cartelera de programación satelital y del cable, en los tiempos de cartelera de las salas de exhibición cinematográfica; en la producción de dozzier, separatas y semanarios en varios idiomas o que trasladan información de periódicos españoles, americanos.

5. ¿Estima usted que hay presencia en el accionariado de los medios de comunicación de empresas ajenas al sector de la comunicación?

Estimo que si, las industrias hoy en dia, tienen una estructura muy interrelacionada entre sus buros de accionistas. No obstante, no tengo los elementos categóricos para enunciarlo. Es en efecto, una estimación.

6. ¿Qué papel están desempeñando los medios de comunicación en la democracia mexicana?

Es difícil de decir de una sola manera. Hay que ubicar el papel de los medios en los contextos políticos determinados y en los escenarios. Mi opinión es que durante la elección del 2006 el papel de los medios fue el de construir una sinergia con la campaña de Felipe Calderón para crear un clima de opinión desfavorable a Lopez Obrador, lo cual no quiera decir que ese sea su papel siempre y que sea igual en los estados. La política es una actividad cambiante, por lo que las fuerzas debaten y desean intercambiar posiciones y construir



nuevos equilibrios. En consecuencia, el papel de los medios a veces contribuye a la democracia del país, y a veces no. Depende de los elementos coyunturales y el juego de sus intereses. Por ejemplo en 1988 el papel de la televisión fue abiertamente en contra de los principios democráticos, pero en otros momentos como en el 2000 actuó de manera un poco más imparcial, cosa que no ocurrió en el 2006. En fin que es variable y depende también del nivel de observación y de los medios de que se trate. Por ejemplo, en las regiones mexicanas hay periodismo con tradición que es capaz de mantener una crítica sistemática al poder sin morir en el intento, cosa que las pequeñas industrias audiovisuales locales o regionales no son capaces de hacer, por lo que deben negociar mejor sus intereses económicos antes de los profesionales. Todo depende, pues.

### Francisco Hernández Lomelí

1. A su juicio, ¿es la concentración mediática un problema en México?

Sí. En el sistema de televisión abierta sólo existen dos jugadores, Televisa y Tv Azteca. Es un modelo insostenible que no refleja la pluralidad y diversidad de la sociedad mexicana. Tampoco está a la altura del proceso de alternancia política que inició años atrás.

2. En líneas generales, ¿qué opinión le merecen las políticas de comunicación que se han seguido en México en los últimos decenios?

El Estado mexicano ha ido renunciando a su obligación de regular y establecer las normas que beneficien a las mayorías, en su lugar ha actuado o dejado de actuar a favor de unas cuantas empresas privadas. El caso de la televisión abierta es, quizá, el más grave.

3. ¿Considera usted que los medios mexicanos conjugan su lógico ánimo de lucro con la función de servicio público?

En mi opinión este es un punto central para entender la relación entre Estado-sociedad-televisión. De acuerdo con la Ley mexicana los servicios de televisión son de *interés público* (no de *servicio público*). Así está definido, a pesar de esta ambigüedad conceptual. Para los empresarios de la televisión es claro que su actividad es una de tipo lucrativa, como objetivo primario buscan recuperar sus inversiones y generar plusvalía. En teoría creo que es posible conciliar estos dos intereses, pero la condición para que suceda es la existencia de una política pública clara y precisa. Y el Gobierno debe ser el *árbitro* que se encargue de velar este delicado equilibrio.

4. ¿Existe la influencia de grupos de comunicación extranjeros en México? En caso de que la respuesta sea sí, ¿de qué manera se hace visible?



Tanto en Televisa como en Tv Azteca existe dinero de inversionistas extranjeros, ya que ambas empresas cotizan en la Bolsa mexicana de Valores y en el Nasdaq.

5. ¿Estima usted que hay presencia en el accionariado de los medios de comunicación de empresas ajenas al sector de la comunicación?

Sí. En Televisa un 10% de las acciones está en poder de María Asunción Aramburuzavala, quien a su vez es una fuerte accionista del Grupo Modelo, fabricantes de la cerveza Corona. Por otro lado, el origen del capital invertido para la creación de Tv Azteca proviene de Tiendas Electra, tiendas de aparatos electrodomésticos.

6. ¿Qué papel están desempeñando los medios de comunicación en la democracia mexicana?

Mi opinión es que, salvo excepciones, los medios de comunicación no han estado a la altura de los cambios democratizadores en México. Como ya se mencionó, la concentración es un grave problema, no puede haber una vida auténticamente democrática cuando la televisión abierta la dominan dos empresas. Entre ambas, controlan más del 60% de la inversión publicitaria en México.

### **José Carlos Lozano**

1. A su juicio, ¿es la concentración mediática un problema en México?

Sí lo es. No tanto en el caso de la prensa, donde hay diversidad en la propiedad y donde no existen cadenas importantes, pero sí en el caso de la radio y la televisión, en las que se da una concentración exacerbada. En el caso de las estaciones de radio, la concentración no es de propietarios, pues existen muchos concesionarios diferentes, sino en la existencia de grupos radiofónicos que agrupan las estaciones y controlan su programación y su publicidad. En el caso de la televisión, se presenta el caso del duopolio televisivo Televisa, TV Azteca el cual controla tanto la programación como las estaciones físicas de más del 90% de las estaciones televisivas en el país.

2. En líneas generales, ¿qué opinión le merecen las políticas de comunicación que se han seguido en México en los últimos decenios?

Son políticas neoliberales que solo han favorecido a los grandes conglomerados y que no han tomado en cuenta el interés público.

3. ¿Considera usted que los medios mexicanos conjugan su lógico ánimo de lucro con la función de servicio público?



Sólo en ocasiones contadas. Hay mayor libertad de expresión y pluralismo político en las páginas y noticieros de los medios informativos y mayores cuestionamientos hacia el poder político. En ese sentido si alcanzan a cubrir algo de su función de servicio público. Pero en lo general, se manejan con una lógica estrictamente de lucro y en el entretenimiento y en mucho de la información orientada a la espectacularización y el sensacionalismo no responden a ningún interés público.

4. ¿Existe la influencia de grupos de comunicación extranjeros en México?  
En caso de que la respuesta sea sí, ¿de qué manera se hace visible?

La influencia no es muy determinante. Existen alianzas estratégicas con los grandes conglomerados mediáticos nacionales, pero hasta el momento son estos los que tienen el control, por lo menos en prensa, radio y televisión. El caso es diferente en la distribución de cine, donde las majors norteamericanas tienen controlado casi en su totalidad el tema de la exhibición de películas en las salas de todo el país.

5. ¿Estima usted que hay presencia en el accionariado de los medios de comunicación de empresas ajenas al sector de la comunicación?

Sólo en algunas de ellas, como el caso de TV Azteca y de Excélsior. Pero en general no.

6. ¿Qué papel están desempeñando los medios de comunicación en la democracia mexicana?

Ambivalente. Por un lado sí están proporcionando mayores espacios para discusiones plurales entre los diferentes actores políticos, pero por otro tienen un protagonismo exagerado y sesgos ideológicos muy marcados.

### **Raúl Fuentes Navarro**

1. A su juicio, ¿es la concentración mediática un problema en México?

Sí lo es, como en cualquier otro país del mundo, aunque en México por historia y características del sistema tiene condiciones especiales. Hay índices de concentración horizontal y vertical variados, según medios y sectores, pero de cualquier manera muy elevados, especialmente en televisión y telecomunicaciones.



2. En líneas generales, ¿qué opinión le merecen las políticas de comunicación que se han seguido en México en los últimos decenios?

Ha habido variaciones, pero en general las políticas públicas han respondido a la lógica de desarrollo adoptada hace más de cincuenta años... son políticas que tienden a reforzar la vinculación político-económica de las empresas con el régimen, y a supeditar los objetivos sociales a intereses particulares. Se ha llegado al punto en que las políticas e incluso la legislación son determinadas por los propios medios, supeditando a los poderes constitucionales.

3. ¿Considera usted que los medios mexicanos conjugan su lógico ánimo de lucro con la función de servicio público?

La "función de servicio público" es definida de acuerdo a intereses particulares, prioritariamente centrados en el lucro. Cada vez menos, hay otros agentes sociales involucrados en esa definición.

4. ¿Existe la influencia de grupos de comunicación extranjeros en México? En caso de que la respuesta sea sí, ¿de qué manera se hace visible?

En estos tiempos es difícil que no haya influencia de grupos extranjeros, aunque los medios mexicanos sigan siendo propiedad mayoritariamente de mexicanos. Pero por su modo de funcionamiento comercial, buena parte del financiamiento proviene de empresas transnacionales (si bien el mejor cliente sigue siendo el Estado).

5. ¿Estima usted que hay presencia en el accionariado de los medios de comunicación de empresas ajenas al sector de la comunicación?

También en estos tiempos es difícil distinguir por sectores a la inversión. De hecho, los empresarios propietarios de los medios han tenido siempre intervención financiera en otros sectores, y no tiene por qué ser diferente en el propio.

6. ¿Qué papel están desempeñando los medios de comunicación en la democracia mexicana?

Esa es una pregunta muy difícil de responder (aunque fácil de opinar), por la insuficiente investigación sistemática que se ha realizado al respecto. Hay una fuerte desvinculación histórica entre la investigación en comunicación y la investigación en ciencias políticas, no digamos en economía. Pero independientemente de cómo se caractericen los cambios (indudables) en el sistema político mexicano en los últimos años (como "transición", como "democratización", como "retroceso", etc.), los medios han sido actores centrales. Ninguno de los actores políticos puede prescindir de ellos, y eso los ha convertido (a los medios) en un agente político determinante. Su papel,



entonces, es crecientemente central, lo cual no implica necesariamente que su actuación sea “democrática” o “democratizadora”. La casi absoluta falta de transparencia en su actuación pública es quizá el indicador más preocupante de ello.

### **Sara Núñez de Prado**

7. A su juicio, ¿es la concentración mediática un problema en México?

No más que en otras partes del mundo. Hoy es una realidad, a pesar de los intentos de leyes antimonopolio. Quizás aquí es un problema mayor debido a que también estamos ante un público que discrimina muy poco la información y fácilmente manipulable.

8. En líneas generales, ¿qué opinión le merecen las políticas de comunicación que se han seguido en México en los últimos decenios?

No se puede hablar en conjunto, ya que desde el gobierno de Salinas hacia delante ha habido intentos serios de “liberalizar” los medios de comunicación. En los últimos años sí se ha notado una apertura real, aunque sigan existiendo todavía “tips” del pasado y también existan problemas muy importantes como pueda ser el ataque a periodistas. Pero si nos centramos en el avance legal, éste ha sido muy importante. Su traducción práctica, algo menor.

9. ¿Considera usted que los medios mexicanos conjugan su lógico ánimo de lucro con la función de servicio público?

Realmente no creo que haya medios que tengan muy claro que es el servicio público, sobre todo si son audiovisuales. En los escritos las cosas están algo más claras.

10. ¿Existe la influencia de grupos de comunicación extranjeros en México?  
En caso de que la respuesta sea sí, ¿de qué manera se hace visible?

Claro que existe, como en cualquier otro país. Lo que ocurre es que aquí el peso norteamericano quizás es más palpable debido que aunque los mexicanos “odien” a los norteamericanos, en el fondo están íntimamente ligados a ellos y les gusta lo que ellos hacen. No hay más que ver la televisión por cable o satélite, la cantidad de canales americanos que tienen y los índices de audiencia de éstos. Y lo mismo puede decirse del cine, por ejemplo.



11. ¿Estima usted que hay presencia en el accionariado de los medios de comunicación de empresas ajenas al sector de la comunicación?

Realmente lo desconozco, aunque los conglomerados empresariales no suelen ser uniactividad. Sobre todo, seguro que en actividades relacionadas con los medios sí están presentes y en otras que sean rentables, también. Pero es opinión personal, ya que desconozco realmente el accionariado de los medios.

12. ¿Qué papel están desempeñando los medios de comunicación en la democracia mexicana?

Algo más pobre que el que deberían representar. Toda la madurez que le falta a la democracia le falta a los medios y sobre todo, les falta el deseo de madurar, encaminándose más a lo fácil y vendible. Hay más compromiso con la crítica fácil que con la política en sentido estricto y serio.



## DOCUMENTO 7: Representantes de la radio chihuahuense en el contexto nacional

	<b>SIGLAS</b>	<b>BDA</b>	<b>REPRESENTANTE</b>	<b>CONCESIONARIO</b>
1	XEFAMA	AM	DIFUSA	FRANCISCO ANTONIO MUÑOZ
2	XEOH	AM	RADIORAMA	RADIO XEOH-AM DE CAMARGO
3	XEDP	AM	RADIORAMA	SERVICIOS PUBLICITARIOS DE CUAHUTEMOC
4	XEDT	AM	FIRMESA	RADIO DIVERTIDA XEDT
5	XEER	AM	SOMER	MARTA CONSUELO TRUJILLO MENDOZA
6	XEPL	AM	CIMA	ELISA SALINAS HENRIQUEZ Y OTROS
7	XHCDH	FM	RADIORAMA	JOSE GUADALUPE BERNAL VASQUEZ
8	XHCTC	FM	MULTIMEDIOS ESTRELLA DE ORO	LA VOZ DE LINARES
9	XEACB	AM	OIR	RADIZA
10	XEBN	AM	FIRMESA	RADIO DELICIAS
11	XEBZ	AM	ACIR CMR	LA VOZ DE MEOQUI
12	XEDCH	AM	RADIORAMA	ANAHUAC RADIO
13	XEHM	AM	FIRMESA	XEHM
14	XEJK	AM	ACIR CMR	RADIO INTEGRAL
15	XHCDS	FM	PROMOSAT	JOSE PEREZ RAMIREZ
16	XHCRG	FM	OIR	RADIOTELEVISORA INTEGRAL
17	XHDIS	FM	OIR	RADIZA
18	XEJZ	AM	OIR	SUCN. DE MARIA ELENA TORREZ GARCIA
19	XHCJZ	FM	RADIORAMA	JOSE LUIS CHAVERO RESENDIZ
20	XHJIM	FM	PROMOSAT	SERGIO VILLAREAL LUJAN
21	XECJC	AM	SOMER	SUCN. DE DOMINGO SALAYANDÍA NÁJERA
22	XEF	AM	MEGARADIO	JOSE LUIS BOONE MENCHACA
23	XEJ-AM	AM	GRM	RADIOFONICA DEL NORTE
24	XEJCC	AM	GRM	ANA PATRICIA EULALIA NUÑEZ CERVERA
25	XEFV	AM	MEGARADIO	CONSORCIO TELE RADIAL DEL NORTE
26	XEJPV	AM	MEGARADIO	RADIO VIDEO DE LA FRONTERA
27	XEJUA	AM	MULTIMEDIOS ESTRELLA DE ORO	RADIO TRIUNFOS
28	XEP-AM	AM	GRM	FANTASTICO RADIO TRECE
29	XEPZ-AM	AM	GRM	RADIORAMA DE JUAREZ
30	XEROK	AM	CADENA GRUPO SIETE	RADIODIFUSORA CONTINENTAL
31	XEWG	AM	CADENA GRUPO SIETE	RADIODIFUSORA CENTAURO DEL NORTE
32	XEWR	AM	MEGARADIO	RADIO INTERNACIONAL DE MEXICO
33	XEZOL	AM	MEGARADIO	SIRTSA
34	XEYC	AM	ORF	FORMULA RADIOFONICA
35	XHEM-	FM	GRM	FRONTERADIO



La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua:  
Prensa, radio, televisión e Internet  
Rosalba Mancinas Chávez

	FM			
36	XHEXA	FM	MVS	MVS DE JUAREZ
37	XHGU	FM	MEGARADIO	RADIO XHGU
38	XHH	FM	MEGARADIO	RADIOESTERO XHH FM
39	XHIM-FM	FM	GRM	XHIM FM
40	XHNZ-FM	FM	GRM	RADIOFONIA MEXICANA
41	XHTO-FM	FM	GRM	FRECUENCIA MODULADA DE CIUDAD JUAREZ
42	XESW	AM	FIRMESA	RADIO CIUDAD MADERA
43	XEBU	AM	MEGARADIO	RADIO SISTEMA DE CHIHUAHUA
44	XEBW	AM	MEGARADIO	RADIO EMISORA DEL NORTE
45	XEDI	AM	RADIORAMA	DIFUSORAS DE CHIHUAHUA
46	XEES	AM	MEGARADIO	RADIO IMPULSORA XEES
47	XEFA	AM	RADIORAMA	IMPULSORA DE RADIO DE CHIHUAHUA
48	XEFI	AM	CIMA	EL VOCERO DEL NORTE
49	XEFO	AM	CIMA	RADIODIFUSORAS UNIDAS DE CHIHUAHUA
50	XEHES	AM	CIMA	RADIO VINCULACION
51	XELO	AM	OIR	SUCN. DE GUILLERMO LOPEZ BORJA
52	XEQD	AM	MEGARADIO	RADIO 920 DE CHIHUAHUA
53	XERPC	AM	RADIORAMA	RED NACIONAL RADIOEMISORA
54	XEV	AM	ORF	FORMULA RADIOFONICA
55	XEM	AM	FIRMESA	RADIO CHIHUAHUA
56	XHAHC	FM	MULTIMEDIOS ESTRELLA DE ORO	LA VOZ DE LINARES
57	XHCHA	FM	MULTIMEDIOS ESTRELLA DE ORO	MULTIMEDIOS RADIO
58	XHCHH	FM	MULTIMEDIOS ESTRELLA DE ORO	RADIO INFORMATIVA
59	XHECS	FM	MULTIMEDIOS ESTRELLA DE ORO	RADIO TRIUNFOS
60	XHSU	FM	DIRECT DEAL RADIO	FRECUENCIA MODULADA DE CHUVISCAR
61	XHUA	FM	RADIORAMA	AUDIO CULTURA
62	XEAT	AM	RASA	ADALBERTO GUTIERREZ MELENDEZ
63	XEGD	AM	RADIORAMA	SUCN. DE DOMINGO SALAYANDÍA NÁJERA
64	XEHB	AM	CORPORADIO	ADALBERTO GUTIERREZ MELENDEZ
65	XEHHI	AM	RADIORAMA	RADIO XEHHI AM
66	XEJS	AM	OIR	CADENA RADIODIFUSORA DE CHIHUAHUA
67	XHCPH	FM	DIRECT DEAL RADIO	RICARDO LEON GARZA LIMON
68	XHHPR	FM	MULTIMEDIOS ESTRELLA DE ORO	MULTIMEDIOS RADIO
69	XETX	AM	RASA	RADIO CASAS GRANDES
70	XHNVG	FM	RASA	ISRAEL BELTRAN MONTES



---

---

71	XEARE	AM	OIR	ALFREDO ROHANA ESTRADA
72	XEOG	AM	RADIORAMA	SISTEMA RADIO RANCHITO
73	XERCH	AM	RADIORAMA	RADIO GRUPO CHIHUAHUA
74	XHHIH	FM	DIRECT DEAL RADIO	AMALIA GUADALUPE QUIÑONEZ ARMENDARIZ
75	XHSBT	FM	CORPORADIO	ERNESTO AGUSTIN SALAYANDIA GARCÍA
76	XESB	AM	RADIORAMA	SUCN. DE DOMINGO SALAYANDÍA NÁJERA
77	XEHPC	AM	SOMER	COMUNICACIÓN Y CULTURA
78	XHEPR	FM	SD	RADIO INTEGRAL
79	XHONG	FM	SD	FRANCISCO JAVIER VELASCO SILES
80	XERU	AM	SD	UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHIHUAHUA
81	XETAR	AM	INI	INI
82	XHUAR	FM	IMER	INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO
83	XHRU	FM	SD	UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHIHUAHUA

Fuente: Beatriz Solís Léere, información enviada por correo electrónico a quien suscribe, 2006.



## DOCUMENTO 8: Cuestionario a periódicos en Internet

### CUESTIONARIO PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES

Por este conducto me dirijo a usted para solicitar su colaboración con el trabajo de investigación titulado “La estructura mediática de México: el caso del Estado de Chihuahua: Prensa, radio, televisión, Internet”. Este trabajo pretende presentar una visión clara de la situación actual del mundo mediático en Chihuahua. Su colaboración es muy importante para completar los datos que hemos estado indagando por nuestra cuenta. Le agradezco de antemano su apoyo.

### Respuestas de Akronoticias

Fecha de inicio de actividades de la publicación.

---Octubre del 2007 basado en otros portales de la misma propiedad desde 2003, (chihuahua-online.com nuevocasasgrandes.com)

Periodicidad con que se actualiza la publicación---

A diario.

Principales temáticas que aborda.—

política, gobierno, seguridad

Lugar de edición y territorio que cubre con su información.—

Nuevo Casas Grandes, Noroeste de Chihuahua

Público al que va dirigida.—

todo público en general

Impacto en el público (número de visitas, cartas recibidas, respuesta del público en sus distintas formas)—

800 visitas diarias, hemos recibido pocos comunicados, pero por el mismo medio, (internet) se han sumado cuatro colaboradores,

Propietario (s) de la publicación –

Armando Nevárez Acuña y Karina Hernández Acuña

Principales colaboradores: reporteros, fotógrafos, editorialistas, *webmaster*, etc.

Reporteros

Karina Hernández Acuña



Olimpia Rendón  
Lorena Méndez

Colaboradores  
Nayhely Pérez Ontiveros  
Alejandro Pérez Ontiveros  
Elia Renova Ruiz  
Francisco Alvarez Hurtado

Columnistas  
Alonso Armijo Lozoya  
Ramón Ramírez  
Josué Saucedo Morales  
Oscar Klasen Villa  
Rafael Magaña Sevilla  
Román Corral  
Salvador Hernández Ruiz

Relaciones, acuerdos y/o alianzas con otros medios de comunicación—Intercambios de información con radiovisioncasasgrandes.com y con la Revista Ave Fénix, ambos del noroeste de Chihuahua

Proyección a futuro de la publicación.—  
Aumentar las visitas a 2000 diarias y establecer entonces un sistema de comercialización del portal.

## Respuestas de Devenir

1. Fecha de inicio de actividades de la publicación.  
[www.devenir.com,nmx](http://www.devenir.com,nmx) Nace el 2 de noviembre de 2007, como periódico digital formal
2. La periodicidad con la que se publica es diario, con actualizaciones permanentes todos los días, normalmente por la mañana muy temprano 5 am, a mediodía 14 pm y por la tarde 8 pm.
3. Las principales temáticas que aborda son de carácter político, educativas, deportivas y especialmente de opinión, así como columnas políticas, que den sustento al eslogan de “Interpretación de la Noticia”.
4. El lugar original de la edición es en la ciudad de Chihuahua, bajo un domino contratado, obvio que se puede abrir en cualquier territorio que cuente con el espacio o dominio de internet; normalmente a nivel local cubre informaciones de gobierno del estado, de gobierno municipal y



- todos sus departamentos; de la UACH y todas sus facultades y departamentos; de organismos empresariales; de ONGs, Partidos políticos; agrupaciones de beneficencia social; etc.
5. Va dirigida especialmente a público de clase media y media alta, que pueda acceder a internet, sin dejar de lado la posibilidad de que grupos menos favorecidos de alguna manera puedan acceder a la información.
  6. El impacto en el público es muy relativo, toda vez que estamos en proceso de registro ante evaluadores imparciales sobre acceso al sitio; la respuesta recibida es buena a secas, vanos creciendo y poco a poco nos van conociendo; sin embargo por los accesos a los cuestionarios y encuestas realizadas sobre temas de actualidad, se puede referir que se cuenta con buen número de visitas que sobre pasa las 500 diarias; aun no instalamos una forma adecuada de interactuar con el público que no sean las encuestas, pero estamos en el proceso.
  7. El propietario de la publicación es un servidor: Valentín Ramírez Llanes, Candidato a Doctor en Comunicación por la Universidad de Sevilla, España.
  8. Dado que estamos en crecimiento, los principales colaboradores del sitio son tres reporteros, dos fotógrafos, un editorialista, un administrador de la información, un director, una responsable de administración y publicidad una sub directora.
  9. Existe abierta relación con otros medios especialmente de Internet, así como convenios verbales de intercambio de información para noticias nacionales e internacionales así como fotografía; desde luego buena relación sin que sea formal con medios periodísticos escritos: el Heraldo de Chihuahua, Diario de Chihuahua y Norte de Ciudad Juárez.
  10. Estamos en proceso de afianzamiento y de cambios a fin de lograr la línea editorial del periódico, que es mas de interpretación de la noticia, es decir comentarios, opiniones, sin dejar de lado la noticia como género, además de integrar la entrevista y el reportaje como géneros importantes. Sin embargo la etapa de crecimiento y la carencia de apoyos en publicidad por ahora limitan ese enfoque , pero se avanza y en un futuro mediato considero que va a ser posible darle la forma y el tono planeado inicialmente, desde sus nacimiento.
  11. Aprovecho para darte información sobre el numero de periódicos o sitios de periódicos digitales que existen actualmente en el estado de Chihuahua, derivado de investigaciones sobre mi asunto de tesis: Periodismo Digital en Chihuahua: los casos de [www.tiempo.com.mx](http://www.tiempo.com.mx) y [www.devenir.com.mx](http://www.devenir.com.mx).
  12. El total de periódicos a la fecha 6 de mayo de 2008, es de: 73 sitios de periódicos
  13. Justo es señalar que hace cinco meses aproximadamente, y de acuerdo con la fuente del sitio digital el [agoradechihuahua.com.mx](http://agoradechihuahua.com.mx), a principios de enero de 2008, eran apenas 48 sitios de periódicos digitales formalmente trabajando.



## Respuestas de [www.desdelagradas.com.mx](http://www.desdelagradas.com.mx)

1. Fecha de inicio de actividades de la publicación.  
8 de diciembre del 2007
2. Periodicidad con que se actualiza la publicación.  
Constantemente, de acuerdo al ritmo con que se generan las noticias deportivas en Chihuahua
3. Principales temáticas que aborda.  
Deportes, aunque también incluimos galerías fotográficas de modelos femeninas y de sociales. Contamos con notas informativas, encuestas y columnas.
4. Lugar de edición y territorio que cubre con su información.  
Vamos dirigidos al deporte estatal, aunque también incluimos deporte nacional e internacional. Se puede acceder a la página desde cualquier lugar en donde haya acceso a Internet.
5. Público al que va dirigida.  
Dirigida principalmente a jóvenes entre los 12 y los 25 años de edad, de clase media a media alta, con acceso a Internet y gusto por los deportes.
6. Impacto en el público (número de visitas, cartas recibidas, respuesta del público en sus distintas formas)  
A la fecha, acumulamos más de 13 mil 600 visitas en total, y también medimos la respuesta de la gente con los comentarios que pueden dejar en las notas, en donde acumulamos alrededor de 100 comentarios.
7. Propietario (s) de la publicación  
En sociedad, César Fernando Silva Gómez y José Antonio Rosales Rodríguez
8. Principales colaboradores: reporteros, fotógrafos, editorialistas, *webmaster*, etc.  
Como vamos empezando no tenemos más colaboradores que César Silva y Antonio Rosales, además de una columna que entregó David Durán, vocero del equipo de Dorados de Liga Mexicana de Béisbol.
9. Relaciones, acuerdos y/o alianzas con otros medios de comunicación.  
Tenemos intercambio de publicidad con la revista impresa Chihuahua Exprés, así como con las páginas de Internet [www.chihuahuaclasifica2.com](http://www.chihuahuaclasifica2.com), [www.holachihuahua.com](http://www.holachihuahua.com), [www.elrealdechihuahua.com.mx](http://www.elrealdechihuahua.com.mx) y [www.periodismoelectronico.com](http://www.periodismoelectronico.com)
10. Proyección a futuro de la publicación.  
Nuestra visión es convertirnos en la página de Internet líder no solamente en el aspecto informativo, sino en el comercial.  
Además, Desde las Gradas es todo un proyecto multimedia, que incluye a futuro contar con programas de radio y televisión, así como una edición impresa.



## Respuestas de El Real

1. Fecha de inicio de actividades de la publicación.  
**07 DE SEPTIEMBRE DE 2006**
2. Periodicidad con que se actualiza la publicación.  
**DIARIAMENTE, LOS 365 DIAS DEL AÑO**
3. Principales temáticas que aborda.  
**SITUACION POLITICA, ECONOMICA Y SOCIAL DEL ESTADO DE CHIHUAHUA Y TEMAS QUE PUDIERAN RESULTAR DE INTERES PARA NUESTROS LECTORES.**
4. Lugar de edición y territorio que cubre con su información.  
**LUGAR DE EDICION: CHIHUAHUA, CHIHUAHUA  
COBERTURA: ESTATAL**
5. Público al que va dirigida.  
**STATUS SOCIAL MEDIO ALTO**
6. Impacto en el público (número de visitas, cartas recibidas, respuesta del público en sus distintas formas)  
**VISITAS: 3 MIL CUENTAS  
CORREOS DIARIOS QUE SE RECIBEN DE FUENTES OFICIALES Y PUBLICO EN GENERAL, UN PROMEDIO DE 150 CORREOS DIARIOS, NO TENEMOS UN CONTADOR ESPECIFICO SOBRE LOS EMISORES**
7. Propietario (s) de la publicación  
**LIC. MARCOS RAFAEL MONROY COSME**
8. Principales colaboradores: reporteros, fotógrafos, editorialistas, *webmaster*, etc.  
**COLABORADORES EN SECCION DE OPINION, COBERTURA TERRITORIAL EN FUENTES INFORMATIVAS Y DE HECHOS SOCIALES.**
9. Relaciones, acuerdos y/o alianzas con otros medios de comunicación.  
**ACUERDOS DE CARÁCTER VERBAL CON CANAL 44 DE CIUDAD JUAREZ Y CON EL MONITOR PARRAL, LA COBERTURA EN EL RESTO DEL ESTADO DEPENDE DE LAS CIRCUNSTANCIAS Y DE LA FUENTE DE INFORMACION.**
10. Proyección a futuro de la publicación.



**LA VISION ES CONSOLIDAR EL SITIO DE INTERNET COMO UN MEDIO QUE SE SITUE EN LAS PREFERENCIAS DE LAS CHIHUAHUENSES CON PROYECCION INTERNACIONAL PARA LOS QUE SIENDO DEL ESTADO SE ENCUENTREN EN OTRAS LATITUDES DEL MUNDO**

## **Respuesta de El Ágora**

1. Fecha de inicio de actividades de la publicación. **(1ro. de Septiembre de 2007)**
2. Periodicidad con que se actualiza la publicación. **(Diariamente)**
3. Principales temáticas que aborda. **(Capital, Estado, Política, Opinión, Deportes y Cultura)**
4. Lugar de edición y territorio que cubre con su información. **(Chihuahua Capital)**
5. Público al que va dirigida. **(Chihuahuenses radicados en territorio mexicano y el exterior)**
6. Impacto en el público (número de visitas, cartas recibidas, respuesta del público en sus distintas formas) **(Tras casi 400 días de operaciones, al 29 de octubre de 2008 hemos recibido un total de 950,508 visitas únicas. Durante el último mes promediamos más de 10,000 visitantes únicos diarios. En nuestros foros se publican un promedio de 300 comentarios al día y borramos unos 100 por contener mensajes ofensivos. Diariamente recibimos una cantidad inmensurable de mensajes al correo de la redacción, dirigidos una fracción al periódico y otra parte a distintos personajes de la clase política)**
7. Propietario (s) de la publicación **(Alfonso Villalobos 60% y Eduardo Rojero 40%)**
8. Principales colaboradores: reporteros, fotógrafos, editorialistas, *webmaster*, etc. **(Reportero de planta: Carlos Villalobos. Editorialistas se puede mencionar a Luis Rubén Maldonado, Miguel Sánchez de Armas, Javier Corral, Manuel Narváez y Edna Lorena Fuerte, entre otros. Eduardo Rojero es el webmaster)**
9. Relaciones, acuerdos y/o alianzas con otros medios de comunicación. **(Mantenemos un acuerdo de reciprocidad de banners con el Colegio de Periodistas)**
10. Proyección a futuro de la publicación. **(Nuestra meta es figurar como el portal de noticias chihuahuense con más visitantes únicos diarios. Hemos calculado serlo hacia el segundo semestre de 2009.)**



## Respuesta de La Opción

1. Fecha de inicio de actividades de la publicación.

**19 de febrero del 2006**

2. Periodicidad con que se actualiza la publicación.

**Cada Minuto, conforme suceden los hechos. En menos de 10 minutos de ocurrida la noticia debe estar arriba del portal**

3. Principales temáticas que aborda.

**Política, Información Financiera e Información Policiaca**

4. Lugar de edición y territorio que cubre con su información.

**Chihuahua, Chih, Mex El territorio en Internet es mundial pero la información emana principalmente del estado de Chihuahua y de Mexico**

5. Público al que va dirigida.

**Son 4 grupos básicamente: funcionarios de gobiernos, empresarios, políticos y academicos, asi como estudiantes**

6. Impacto en el público (número de visitas, cartas recibidas, respuesta del público en sus distintas formas)

**Tenemos alrededor de 35 mil visitas diarias y en sabados y domingos baja hasta 10 mil . Recibimos alrededor de 5 cartas diarias**

7. Propietario (s) de la publicación

**Lic. Manuel Osbaldo Salvador Ang**

8. Principales colaboradores: reporteros, fotógrafos, editorialistas, *webmaster*, etc.

**Tenemos de reporteros a: Miguel Sanchez en la guardia, Perla Amezquita en policiaca, Janeth Rogelio en gobierno del estado, Nancy de Leon en Gobierno Municipal, Lisandro Ramos en Iniciativa Privada y Adrián Rodríguez en Congreso del Estado.**



**En Sociales, Ricardo Montaña, en Especiales de fotografía Andres Fernández**

**En trabajos Especiales Osbaldo Salvador Ang**

**Tenemos alrededor de 30 colaboradores editorialistas**

**En Web masters esta un equipo que se llama Exosfera, integrado por cinco elementos. A la cabeza estan David Naciff y David Chong**

9. Relaciones, acuerdos y/o alianzas con otros medios de comunicación.

**Tenemos alianzas informativas con el impreso El Herald de Chihuahua, la estacion de radio Antena 760, el digital rednoroeste.com de Cuauhtemoc y lapolaka.com de Ciudad Juarez**

10. Proyección a futuro de la publicación.

**Hemos abierto un programa de radio de lunes a viernes con información financiera que se llama Iniciativa Privada de La Opcion de Chihuahua y estamos por abrir un impreso mensual que se denominada La Opcion de Chihuahua, igual que el digital.**

**En el portal informativo [www.laopcion.com.mx](http://www.laopcion.com.mx) estamos por inaugurar una parte de entretenimiento y una caricatura animada de tipo politico. Siempre tratamos de ir a la vanguardia en ese aspecto**

## **Respuesta de NotiJuárez**

1. Fecha de inicio de actividades de la publicación. **24 de febrero 2005**
2. Periodicidad con que se actualiza la publicación. **Diaria**
3. Principales temáticas que aborda. **Información General, Deportes y Sociales**
4. Lugar de edición y territorio que cubre con su información. **Ciudad Juarez y El Paso, Texas**
5. Público al que va dirigida. **Deportistas, Estudiantes, Oficinas, Empresas Maquiladoras**
6. Impacto en el público (número de visitas, cartas recibidas, respuesta del público en sus distintas formas) **Promedio de 300 visitas diarias, emails**
7. Propietario (s) de la publicación **Lic. Roberto Delgado Escalante**



8. Principales colaboradores: reporteros, fotógrafos, editorialistas, *webmaster*, etc. **Norberto Balbuena, Juan Carlos Flores, Cesar Tovar, Javier Carmona, Martin Medina, Itzel Estrella**
9. Relaciones, acuerdos y/o alianzas con otros medios de comunicación. **Ninguna**
10. Proyección a futuro de la publicación. **Abrir mas el campo de ayuda al lector sobretodo a los estudiantes con apoyos educativos como becas.**

## Respuesta de Rednoroeste

1. Fecha de inicio de actividades de la publicación.  
**22 de Mayo de 2003**
2. Periodicidad con que se actualiza la publicación.  
**Diario. En el momento en que se genera la noticia**
3. Principales temáticas que aborda.  
**Política local y regional, problemática social y denuncia ciudadana**
4. Lugar de edición y territorio que cubre con su información.  
**Cuauhtémoc, Chihuahua. El noroeste y resto del Estado. Global**
5. Público al que va dirigida.  
**Esferas Políticas y gente de Iniciativa Privada**
6. Impacto en el público (número de visitas, cartas recibidas, respuesta del público en sus distintas formas)  
**Promedio 2 mil 400 visitas diarias. Correspondencia de varios países.**
7. Propietario (s) de la publicación  
**Josefa Nevárez García**



8. Principales colaboradores: reporteros, fotógrafos, editorialistas, *webmaster*, etc.

**Jesús Alberto Rodríguez, Omar Ramos, Sergio Alberto Sierra, Luis Eduardo Baray, Eduardo Lerma**

9. Relaciones, acuerdos y/o alianzas con otros medios de comunicación.

**Alianza para información estatal con el periódico La Opción.**

10. Proyección a futuro de la publicación.

**Consolidación del liderazgo entre lectores de todo el estado de Chihuahua y aplicación de nuevos recursos informativos que no sólo sean a través de Internet.**

## **Respuestas de Visión de la Frontera**

- 1.- 24 de Abril de 2006.
- 2.- Diariamente
- 3.- Nacional, internacional, local, ciencia y tecnología, salud, opinión, editorial, seguridad y especiales.
- 4.- Ciudad Juárez y Chihuahua capital, cubrimos la mayor parte del estado y territorio nacional.
- 5.- Público en general.
- 6.- Tenemos un impacto positivo y bueno, en crecimiento ya que desde su fecha de inicio de actividades el medio se sostiene sin subsidios o apoyos gubernamentales y maneja poca publicidad, con un promedio de entre 700 a 900 visitas diarias, con participación activa de varios columnistas periódicos y colaboradores voluntarios.
- 7.- Lic. MCM. Pedro Rodríguez Guerrero (Presidente fundador, socio mayoritario), Lic. MCM. Mauro Conde Martínez (Director Ciudad Juárez, socio minoritario), D. Ph. Luis Germán Piguto (Director Chihuahua, socio minoritario) y Lic. MA. Mario Ruiz (Vicepresidente editorial, socio minoritario).
- 8.- 4 reporteros (2 ciudad Juárez, 2 Chihuahua capital), tres corresponsales (El Paso, Tx, Ciudad de México y Guadalajara, Jalisco), 2 fotógrafos, 4 editorialistas, 1 programador y 1 diseñador y desarrollador del sitio que están contratados por la empresa.
- 9.- Alianza con [Juarezxpressonline.com](http://Juarezxpressonline.com), que aborda principalmente el tema policial.



10.- Actualmente en proceso de expansión, se genera una cartera de clientes para la inserción de publicidad y edición impresa del medio para su distribución gratuita.

## Respuestas de Tiempo

Fecha de inicio de actividades de la publicación.

Marzo 10 de 1998 (pioneros en el periodismo diario en tiempo real, exclusivo en Internet, porque otros ponían su edición de papel en Internet; si hay otro antes pls infórmame)

Periodicidad con que se actualiza la publicación.  
diaria

Principales temáticas que aborda.

Información preponderantemente local, policiaca, política, deportiva, con secciones de espectáculos internacionales de interés para el público.

Lugar de edición y territorio que cubre con su información.

Chihuahua, estado de chihuahua.

Público al que va dirigida.

Empleados, estudiantes y público en general interesados en la información local.

Impacto en el público (número de visitas, cartas recibidas, respuesta del público en sus distintas formas)

Tenemos 220 mil visitas comprobables en abril, con tendencia al alza en los últimos meses, de manera constante

Propietario (s) de la publicación

Felipe fierro tiene la marca y opera a través de una sociedad anónima.

Principales colaboradores: reporteros, fotógrafos, editorialistas, webmaster, etc.

Director Felipe fierro

Reporteros

Web master

Colaboradores en editorial y deportes

Relaciones, acuerdos y/o alianzas con otros medios de comunicación.

Con radiorama de chihuahua

Proyección a futuro de la publicación.

Mantener el liderazgo en oportunidad informativa, transmitiendo video, fortalecer el sistema de televisión en Internet y abrir una estación de radio.



## **DOCUMENTO 9: Medios digitales en Chihuahua**





## DOCUMENTO 10: Portadas de diarios chihuahuenses

### a) El Heraldo de Chihuahua

www.aherwaldodechihuahua.com.mx

31°  
18°

**EL HERALDO**  
de Chihuahua

Martes  
**19**  
agosto de 2008

7.00

**PIDE REYES REPLANTEAR LA OPERACIÓN CHIHUAHUA**

**“Basta de contribuir sólo con mártires”**

Juan Camilo Mourio Torres, secretario de Gobernación.

**Promete la Federación revisar caso Chihuahua**

Violencia inusitada: Juan Camilo Mourio

El secretario de Gobernación, Juan Camilo Mourio Torres, dijo que la violencia en el estado hace de Chihuahua un caso especial, al estar totalmente desproporcionada en relación con otros estados, donde también existen operaciones militares en contra del crimen organizado.

[Ofrece] 2/6

**RENÉ FERRER REYES**

**Asesinan en CJ a líder nacional de Supercross**

Ejecutan también a dos destacados motociclistas

**Ráfagas**

CHIEL. Los hechos ocurridos en el primer día de clases de Creel plantean una serie de situaciones que requieren un análisis serio y sereno, pero calmado, porque así lo requieren 13 personas que murieron en una matanza sin precedentes. El sereno, porque para combatir su realidad la investigación, porque los hechos hablan por sí solos.

16A

**Funerales en Creel, entre el dolor y la indignación**

Vigilan 150 policías y soldados ante temor de nuevos ataques

Juan Manuel Mora, periodista.

CHIEL. Chih. - Con una masa al aire libre, con la que más de diez mil personas acompañaron, ayer fueron despedidos los tres víctimas de la matanza ocurrida el pasado sábado en esta localidad, donde los miembros de los funcionarios, el Bando, la investigación y el sereno, producidos durante las más de diez horas que se mantuvo el crimen organizado.

[Libra] 2/6

**DESGRACIADAS ESCENAS**

**Sepultan al padre y a su hijo en el mismo ataúd**

Exaltados lugareños buscan a criminales por su cuenta

Juan Manuel Mora, periodista.

CHIEL. Chih. Los habitantes de Creel celebraron como la última acción que presentaron a “La Uruca” el momento del entierro.

Edgar Alfredo López Ochoa y de su hijo de un año, Edgar Arellano, a quienes se les dio sepultura en el mismo ataúd, por lo que ambos murieron abrazados.

[Descansarán] 2/6

**NO FALTARON LOS BERRINCHES**

**Entusiasta regreso a clases en kinder, primaria y secundaria**

Los niños de Creel regresaron con entusiasmo a clases en su primer día de clases.

[Vuelven] 2/6

Atendidos de 25 mil alumnos y 32 mil maestros salieron ayer a las aulas el primer día de clases de verano. Foto: GONZALEZ/AGENCIA

Continúa en: 432-3000

Se imprime en: 1907, 1908, San Felipe, Chihuahua, Chih., Mex.



b) El Sol de Parral



En esta ciudad  
**Eran primos los dos  
hombres ejecutados  
en las últimas horas**



Angel George  
Cancun, Yucatán.  
Policia  
Ministerial.  
primos de Jesús  
Jesús de la Cruz  
Yucatán, también  
Ministerial.



Grupo  
**Lucerna**  
**DEVACACIONES**  
con  
+MODA +SURTIDO+PRECIO

**BUENOS DIAS PARRAL**  
HOY ES JUEVES  
**7**  
DE AGOSTO 2008

LA UNIDAD PARRAL, CHIH. 2008
www.elsoldeparral.com.mx
Maria Victoria Rifa, Presidente y Directora General
GA. Jesús Quiroga Jasso, Director

► MODALIDAD DE VANDALISMO

# Incesante robo de cobre

**Exceso de velocidad**



**TRIPULABA UNIDAD OFICIAL**  
**Policía herido en una volcadura**

Un agente de la Policía Promotiva resultó lesionado al desviarse por exceso de velocidad en el camino entre la Cd. Cuernavaca, venida de la carretera Costa Chihuahua, presentándose cables sueltos y la unidad que conducía se desvió de la vía.

POLICIAL... - Vea 10-A

► Flateros venden el material en \$70 pesos el kilo

► Diputados prevén sanciones contra los compradores

**NICARAO SÁNCHEZ**  
N o existen casos de cobre que digan respecto a metal nacional, al comprarlo y cultivar el cobre de cobre, para el cobre chino. El cobre se vende por kilo en 70 pesos por kilogramo. Sin embargo, para cada kilo cobran fuertes costos, entre 10 y 20 dólares, tales como gasolina, provee y transporte. Los compradores se portaron pidiendo tarjetas a comerciantes.

INCESANTE... - Vea 10-A



INCESANTE robo de cobre en la ciudad, afectando a cientos de patricios.



**SORPRENDE A EMPRESARIOS**  
**Anuncia diputado César Duarte dos maquiladoras**

**NICARAO SÁNCHEZ**  
Comunicó el diputado federal, César Duarte, en reunión con el jefe de la Cámara de Comercio, sobre los objetivos de producción de productos, una en el ramo de la industria de seguridad y la otra en el ramo de los productos.

ASOCIACION... - Vea 10-A

**Patroinando**

El día... Algunos integrantes del PPS se dedicaron al acto de la fuerza del movimiento olímpico en la ciudad de Parral, Chihuahua. Para iniciar el día, se realizó un desfile con la participación de los niños de la ciudad. El desfile finalizó con la presentación de los atletas olímpicos.

El día... El presidente, ya tiene un año de haber sido elegido para el cargo. Desde el inicio de su gestión, que se dio el día de ayer, se ha estado trabajando en el desarrollo de la ciudad.

PARRAL... - Vea 10-A



**Ejecutan a Comandante Ministerial en Cd. Juárez**

CIUDAD JUÁREZ, Chih. (EFE) - Unos cuarenta hombres que se encontraban en el cargo de comandante de la Guardia Civil de Investigación en el Departamento de Chihuahua contra la vida, en el día de ayer, se vieron obligados a matar al jefe de la policía de la ciudad de Juárez.

EL EJECUTADO... - Vea 8-A



... Y en delicias, uno más... / Vea 1-D

7503005769026



c) El Mexicano

MIÉRCOLES 7 DE AGOSTO DE 2008

EL MEXICANO

CUADRO JUÁREZ

ORGANIZACIÓN EDITORIAL: MEXICANA. AÑO 110. Nº. 18115. MARCO VAZQUEZ, SUPLENIENTE DEL DIRECTOR GENERAL. RAFAEL RAMÍREZ ESPINOSA, DIRECTOR.

PRECIO: \$3.00

---

### Despiden con honores al comandante Vidal

por Carlos Ramírez

Compañeros de guerra se despiden de un veterano Comandante Especial 75 de la Agencia Federal de Investigación en la Procuraduría General de Justicia del Estado. Vidal Huarana Cruz, de 42 años de edad, comenzó que hace veintidós años en la guerra de su casa la noche del martes. Trabajó con honor, pero cuando llegó el momento de las instalaciones de la

Subprocuraduría de Justicia en un momento, antes de que fuera trasladado a su última asignación.

Cuando se celebró su despedida en el pabellón de la Subprocuraduría se presentaron a despedirlo algunos miembros del personal de la Subprocuraduría de Justicia, en la noche del martes.

Llevarán cargas a instalaciones de la Subprocuraduría de Justicia

---

## Damnificados pedirán ayuda a López Obrador

**TRAS LA LLUVIA**

Vecinos afectados por inundaciones se quejaron que pedirán ayuda a López Obrador debido a la falta de atención que han tenido las autoridades para con ellos.

Viajará comisión a la ciudad de México a mediados de agosto

por Ana Chagetto

Representante de la lista del PAN en la Secretaría de Gobernación, el senador Luis Ángel López Obrador planea viajar a la ciudad de México a mediados de agosto para atender a damnificados por las inundaciones en la zona de la Ciudad de México.

Por el momento, viajó a que se reúnan con algunos de los afectados por las inundaciones en la zona de la Ciudad de México para escuchar sus quejas y atender a sus necesidades.

Luis Ángel López Obrador, dijo que tiene plena confianza de que los damnificados se beneficiarán por las inundaciones que se están viviendo en la zona de la Ciudad de México.

"Sabemos que sigue afectando a los damnificados por las inundaciones, pero en las próximas semanas vamos a ir a ganar", comentó el senador.

Comentó López Obrador que a pesar de que muchas personas piden asistencia de ellos, pero como él es senador no puede ir a la ciudad de México en el momento actual, pero él va a ir a la ciudad de México para estar con ellos y ayudarlos.

Dijo que también es importante que los damnificados que han sido afectados por las inundaciones se beneficien de la asistencia que él puede brindarles.

Los DAMNIFICADOS... 11

---

## Tiene Ávila intermediario y cómplices

Revelan protección de funcionarios de Transporte Público

por Juan Saldaña García

Después de la desaparición del secretario de Transporte Público de Chihuahua, el conductor de Transportes de Chihuahua se fue a CTM. Según se ha visto de algunos de los que se han ido a CTM, todos son los amigos de algunos de los funcionarios de

transporte de Chihuahua, quienes se fueron al extranjero.

El nombre de este conductor es José Luis Martínez García, quien es el conductor que tiene licencia Ávila. Este hombre, quien además es amigo de los funcionarios de transporte, se fue a CTM para poder realizar operaciones de transporte con el pago de plaza en un momento, según denunció de los involucrados.

Martínez García comenzó a trabajar en la Subprocuraduría de Justicia de Chihuahua, donde se encuentra el conductor de transporte de Chihuahua, quien se fue a CTM.

SAZTA más datos sobre el funcionamiento de concesiones

Muy sensual  
**Ludwika Paleta**  
Espectáculos

SE AVECINA LLUVIA DE ESTRELLAS  
ESPECIAL SUPLEMENTO

Inicia **SOS**  
EN SU NUEVA TEMPORADA, MÁS SEJO MÁS SECRETS  
Espectáculos

### NO PODEMOS PARARLOS, ADVIERTE MUNICIPIO Siguen construyendo en El Barreal: Alcalde

Es bajo su propio riesgo, advierte Reyes Ferriz

por Angélica Bustamante

El alcalde José Reyes Ferriz advierte que no se puede hacer nada para detener a los desarrolladores, pero sí ellos mismos seguir en su propia obra.

Los SIGUEN... 11

El alcalde José Reyes Ferriz dice que siguen las construcciones en El Barreal

### Insuficientes las obras, reconoce funcionario

por Ana Chagetto

Los desarrolladores han avanzado con las obras en El Barreal, pero no se puede hacer nada para detener a los desarrolladores, pero sí ellos mismos seguir en su propia obra.

Los DAMNIFICADOS... 11

---

OPINIÓN MURALA 10 EN LA BARRA 14



d) El Diario



e) El Diario de Chihuahua

**MUEREN EN ACCIDENTE UNA MUJER Y SUS 2 HIJAS 13A**

LUNES 10 DE NOVIEMBRE 2008  
PREMIO NACIONAL DE PERIODISMO 2009-2001

**El Diario**  
LEALTAD A CHIHUAHUA

PRECIO \$5.00

Chihuahua, Chih. | Carreteras: 429-0700 | www.eldiariodechihuahua.com.mx | diario@eldiario.com.mx | ABO XX (No. 845) | Registro 90170295

**ES TIEMPO DE PEREGRINAR**

AYER DIO INICIO FORMAL DE LAS PEREGRINACIONES HACIA EL SANTUARIO DE GUADALUPE. POR LO QUE GRAN NÚMERO DE MATACHINES SE REUNIERON EN LA PLAZA MAYOR; LAS MARCHAS RELIGIOSAS CONCLUIRÁN EL PRÓXIMO 12 DE DICIEMBRE

ESPECIAL 3A

# Incendian restaurante con bombas molotov

SINIESTRO FUE EN UN NEGOCIO DE MARISCOS

ALFREDO RUIZ LOYA  
EL DIARIO

**P**érdidas por varios miles de pesos dejó el incendio que consumió las instalaciones de lo que era el restaurante de mariscos "El Pasa", ubicado en la avenida Tecnológico y Sabino. Versiones policíacas señalan que el siniestro fue provocado por personas que lanzaron, al parecer, bombas molotov al interior.

El incendio fue reportado la madrugada de ayer, y acudieron

elementos de Bomberos para sofocar los llamarados que se apreciaban a kilómetros de distancia.

Agentes policíacos accedieron al área para evitar que alguna persona resultara lastimada, y al final de las acciones no se reportaron tales.

El sitio donde se presentaron los llamarados es de dos pisos, y según los bomberos se perdió la mayoría del mobiliario, pero evitaron algún problema mayor.

Página 12A

**OMNIA**

FORASTIMO FAYÁN GÓMEZ

Opinión 17C

- LA AGENDA QUE SIGUE
- EL 2009 Y SU PRIORIDAD
- DUARTE: NUEVA PRUEBA

INCULCEN EN SEGURO DE

BLANCA JIMÉNEZ / EL DIARIO

ALICIA RIVERA / EL DIARIO

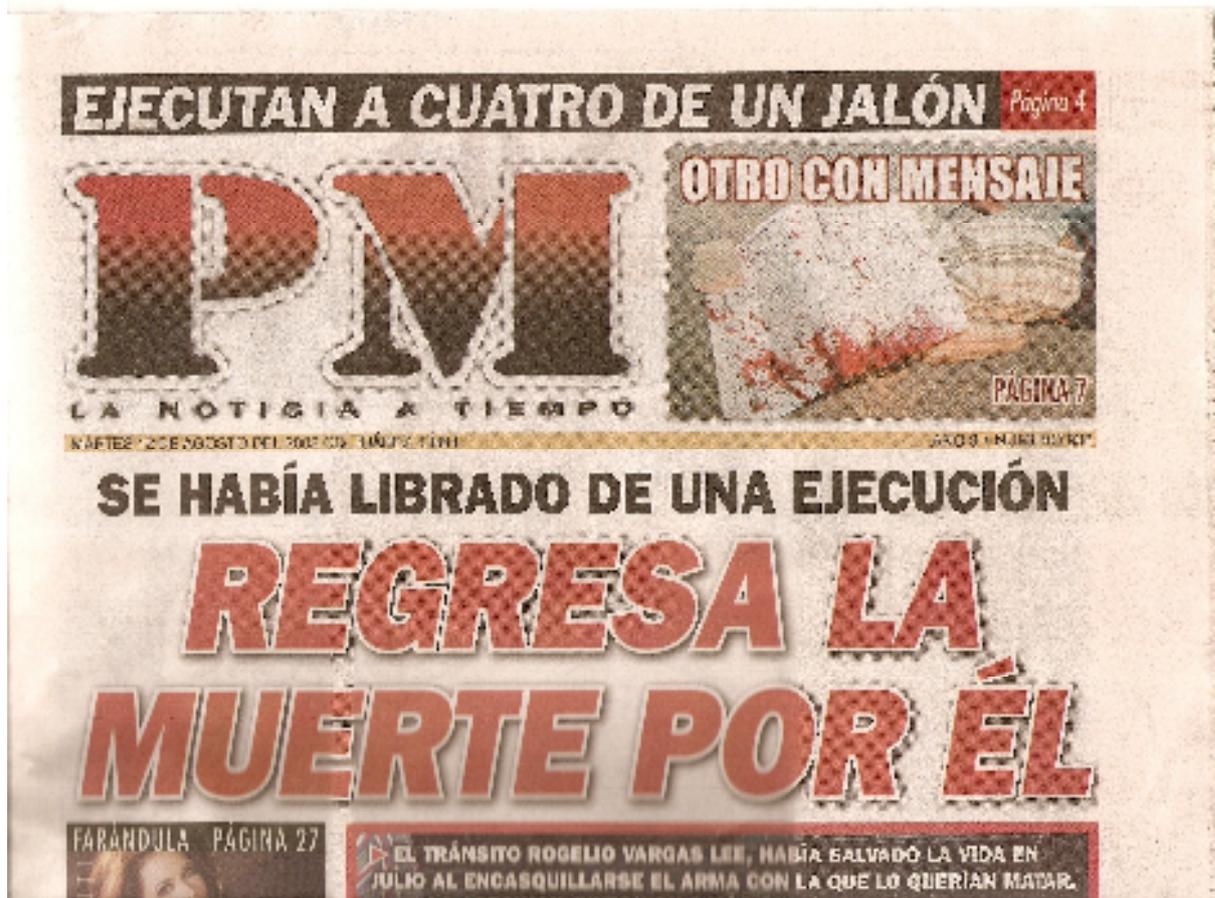


f) El Peso





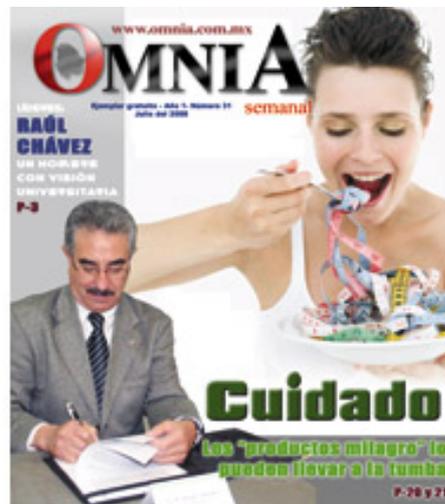
g) PM







i) Omnia





j) El observador





k) El pueblo

