UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

INICIO Y FIN DEL PERIÓDICO *EL CENTRO* (REPORTAJE)

T E S I S
QUE PARA OBTENER LA LICENCIATURA
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PRESENTA:
FRANCISCO RIVERA GONZÁLEZ
ASESORA: DRA. ELVIRA HERNÁNDEZ CARBALLIDO

CIUDAD UNIVERSITARIA, DF MARZO, 2011

Universidad Nacional Autónoma de México
UNAM
Biblioteca Central
Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

A mi familia y a todos aquellos que me dieron su apoyo

A todos los que colaboraron en la realización de este trabajo

A mi asesora, la doctora Elvira Hernández Carballido

A mi jurado

Y, por supuesto, a la UNAM

Índice

Introducción 1

Capítulo 1 El nuevo metropolitano

1.1. Entra Notmusa al mercado de la prensa "seria" 7
1.2. El infoentretenimiento 16
1.3. Notmusa 19
1.4. La propuesta de Miguel Castillo 21
1.5. Las críticas 28
1.6. Los reportajes incómodos 32
1.7. Las reacciones del poder político 37
1.8. La publicidad oficial 42
1.9. Prepara Notmusa cambio de timón 47

Capítulo 2 Víctor Hugo O'Farril: la entrevista incómoda

2.1. Despotrica O'Farril contra Televisa 53
2.2. La reacción de Televisa y Notmusa 64
2.3. La réplica anónima 72
2.4. La salida de Miguel Castillo 78
2.5. Cierra Televisa sus puertas a Notmusa 80

Capítulo 3 El principio del fin

3.1. Formalizan cese de Miguel Castillo 88
3.2. La llegada de Camarena y la consultoría 99
3.3. Los recortes de personal 103
3.4. El giro editorial 110
3.5. Los contrastes en la crítica 117
3.6. La crisis en los medios 125
3.7. Se los carga el payaso 130
3.8. El recuento 138

Conclusiones 147

Referencias 151

Anexo 163

Introducción

La elección de todo tema de tesis tiene un origen y el propuesto aquí no es la excepción.

El autor de este trabajo laboró como reportero en *El Centro*, un tabloide de Grupo Editorial Notmusa (GEN) que circuló en el Distrito Federal entre marzo de 2007 y octubre de 2008.

En 2006 la firma dedicada a las revistas de entretenimiento decidió incursionar en el mercado de los periódicos de información seria, aunque sin descuidar su sello editorial caracterizado por el "infoentretenimiento", un híbrido entre la información dura y aquella orientada al esparcimiento.

Notmusa tenía de su lado la experiencia positiva de *Récord*, un tabloide que lanzó en 2002 y que se convirtiera en un referente en la prensa deportiva del país.

El equipo editorial de *El Centro* se integró con periodistas de medios como *Reforma*, *El Universal*, *Milenio* o *La Crónica*, quienes contaron con equipo e instalaciones nuevas (en 2007 GEN estrenó su nuevo edificio en Periférico Sur y la Picacho-Ajusco).

El nuevo diario metropolitano combinó la noticia de temas políticos, económicos, sociales, urbanos y de seguridad con productos editoriales orientados al entretenimiento. Fue un periódico pensado para jóvenes de educación universitaria y la clase media de la ciudad.

Pero con apenas siete meses en las calles, la empresa decidió cambiar al director del tabloide porque no estaba a gusto con la propuesta editorial que veía en las páginas.

La medida fue tomada un par de semanas después de que *El Centro* publicara una entrevista con un ex productor de Televisa. Molesta por las declaraciones del personaje, la televisora impidió a los reporteros de Notmusa el paso a sus instalaciones y ordenó a su elenco artístico y equipos de futbol alejarse de las grabadoras de la casa editorial.

Tras el cese de Miguel Castillo Chávez como director, *El Centro* adquirió fecha de caducidad para varios de sus colaboradores. Su equipo más cercano renunció en solidaridad al interpretar el despido como un acto de censura y deslealtad por parte de la empresa.

Quien no creyó que el periódico estuviera destinado a la extinción fue Salvador Camarena Rodríguez, el periodista buscado por Notmusa meses antes de que apareciera la entrevista que detonó la separación de Miguel Castillo.

El ex director de *Chilango* aprovechó su experiencia al frente de la revista para darle *a El Centro* un sello distinto; sin embargo, 12 meses después de su llegada la empresa decidió cerrar el periódico. El argumento: la situación económica del país.

La desaparición de un medio de comunicación siempre será lamentable para cualquier sociedad que vea en la prensa un espacio de análisis, investigación y reflexión que contribuyan al desarrollo democrático de una nación.

Al plantearse el tema, el autor de este trabajo se interesó originalmente por los factores que propiciaron el despido del primer director, un hecho que a todas luces llama la atención, pues el diario sólo llevaba siete meses en circulación.

No obstante, la investigación no podía ignorar que el periódico cerrara un año después del cambio en la dirección editorial, razón por la que se abordó la segunda y última etapa de la publicación.

El trabajo trató de evitar un discurso maniqueo de los hechos. No hay villanos, héroes o mártires, sólo interpretaciones de los sucesos y convicciones de quienes colaboraron en el periódico.

El autor es egresado de Ciencias de la Comunicación y eligió como opción terminal el área de periodismo, de ahí que eligiera al reportaje como el género para narrar la investigación.

El reportaje tiene la virtud de combinar la rigidez del la nota informativa con la experiencia, autoridad y estilo narrativo del autor.

La información con la que se crea no está expuesta de forma tan abierta a oídos y ojos de reporteros. El autor de este género periodístico extrae datos de entrevistas, documentos y de su experiencia.

El reportero deja de ser el profesional que sólo observa hechos, o provoca declaraciones, que luego transmite de acuerdo a su interpretación. En el reportaje el periodista se convierte en un sujeto activo en esos hechos.

El reportaje es una creación individual, una forma de expresión periodística que recoge hechos y la experiencia personal de autor.

Tiene como principal característica la indagación, debe revelar algo. La nota informativa también lo hace, pero la diferencia descansa en la profundidad de la explicación ofrecida, y eso depende del número y calidad de fuentes empleadas para darle la información más completa posible al destinatario.

Existe también una proximidad entre la narrativa del reportaje y la prosa literaria, cualidad no exclusiva del género, pues la crónica probablemente es el mejor ejemplo de la intersección entre los discursos periodístico y literario.

En el reportaje el periodista tiene la libertad de ofrecer su información de la manera más atractiva que considere a fin de llamar la atención del receptor, mantenerlo interesado y, en muchos casos, estimularlo para que actúe. Para ello el autor se puede apoyar en la narración literaria, pero sin hacer uso de la ficción.

Para la elaboración de esta tesis se obtuvo información de ediciones de *El Centro*, revistas, la Subsecretaría de Normatividad de Medios de Gobernación, otros diarios y sitios en internet.

Se buscó a Notmusa y a Televisa para obtener sus versiones, pero ambas empresas prefirieron no pronunciarse sobre el tema (ver Anexo).

La reconstrucción de los hechos es producto de los testimonios ofrecidos por ex colaboradores de la empresa Notmusa.

El trabajo se apoya en la crónica y la recreación de diálogos, así como en la nota informativa y artículos periodísticos que se refieren a la aparición y cierre del diario.

Además se hace uso de información periodística para contextualizar las condiciones económicas de los medios impresos nacionales en la primera década del siglo XXI.

Toda la información ofrecida está respaldada por testimonios de ex personal de *El Centro*, documentos o notas periodísticas. Las voces son de quienes participaron en alguna de las dos etapas de la publicación o en ambas.

Si se empuja un poco al autor para que ubique a este reportaje en alguna de las clasificaciones que existen en la academia, se puede concluir que se trata de un trabajo mayoritariamente descriptivo.

¿Qué aporta entonces este reportaje? Primero, una narración amplia de la gestación, desarrollo y conclusión de un periódico. El interesado en los medios de comunicación, y en el periodismo impreso en particular, verá que la creación de un proyecto periodístico no se improvisa, y este trabajo da cuenta del esfuerzo tanto empresarial como de periodistas por tratar de conjugar todos los días la información interesante con la importante.

Segundo, da luz sobre una práctica entre el empresariado cuyo fin es mermar a la competencia a través de vías poco profesionales.

Y tercero, expone algunas de las condiciones a las que se enfrentan los proyectos de periodismo en el país: la búsqueda de anunciantes, estrategias de comercialización, reacciones del poder político y la confianza de las empresas que ponen el dinero.

El trabajo tiene tres capítulos. En el primero se narra la gestación del proyecto editorial en 2006, el papel de Notmusa en el mercado editorial de entretenimiento y el concepto de "infoentretenimiento".

Luego se expone el primer acercamiento que tuvo la empresa con el periodista Salvador Camarena para ofrecerle la dirección del periódico y la llegada de Miguel Castillo, quien finalmente se convierte en el responsable del tabloide.

En este capítulo también se narran los cuestionamientos que recibió la oferta editorial del diario, su periodismo crítico y lo incómodo que se volvió para el poder político. Además, se ilustra el comportamiento de la publicidad oficial en Notmusa y en el resto de publicaciones mexicanas durante 2007.

Finalmente se exponen versiones de ex colaboradores sobre los elementos que llevaron a la empresa a cambiar de opinión y retomar la negociación con Salvador Camarena.

En el segundo capítulo se reconstruye el proceso que llevó a la entrevista con Víctor Hugo O'Farril, ex socio de Televisa y cuyas declaraciones derivaran en la publicación de una réplica anónima donde se descalificaba al productor de telenovelas.

También en este apartado se describe la medida que la televisora tomó tras la entrevista para impedir el trabajo de los reporteros de Notmusa, acción que aceleró en Periférico Sur y la Picacho Ajusco la decisión de cesar a Miguel Castillo como director del periódico.

En el tercer capítulo se recrea el anuncio formal de la salida de Miguel Castillo, las reacciones de su gente más cercana y la llegada de Salvador Camarena como nuevo responsable.

Se incluye la participación que tuvo una consultora de medios para diagnosticar el estado en el que se encontraba el diario, la reconfiguración de la redacción y el giro editorial que registró.

En este tercer apartado se contrastan las opiniones de ex colaboradores sobre el ejercicio crítico en la segunda etapa del periódico, y se contextualiza con el escenario económico mundial de 2007 y 2008 las pérdidas económicas que uso como argumento Notmusa para el cierre.

Finalmente se ofrecen las opiniones de algunos de los entrevistados sobre los aciertos y desaciertos del tabloide.

Capítulo 1
El nuevo metropolitano

En 2007 Grupo Editorial Notmusa lanzó al mercado del Distrito Federal *El Centro*, un diario de información general que combinaba el periodismo crítico con el infoentrenimiento tan bien practicado por la firma.

Con la nueva publicación, la empresa quiso atender un sector de la población capitalina que, consideraba, estaba descuidado por los medios: la clase media. El nuevo periódico estuvo respaldado por la experiencia positiva de *Récord*, el exitoso tabloide deportivo de la casa editorial.

Notmusa, firma dedicada por más de 50 años a la industria editorial del entretenimiento, ingresaba así al mercado periodístico de información política y social, un sector que, a decir de fundadores del diario, desconocían los directivos de la empresa.

1.1. Entra Notmusa al mercado de la prensa "seria"

El 5 de marzo de 2007 ciudadanos de a pie conocieron santo y seña de una de sus sospechas políticas: todo registro de voz y texto sería susceptible de espionaje profesional en este país.

Verint Technology Inc había ganado una licitación del gobierno de Estados Unidos para hacer intervenciones en llamadas telefónicas, correos y páginas web personales en México.

La firma se instaló en la popular colonia Guerrero del DF bajo el mando del FBI y la supuesta autorización de la PGR. La tarea era prevenir y disuadir cualquier acto que pusiera en riesgo la seguridad de ambos países.

Ese lunes ningún funcionario relacionado con el tema quiso hablar. Tuvo que pasar casi un mes para que el gobierno federal contestara al reportero, vía transparencia, que la información estaba bajo llave por 12 años.

La nota fue un seguimiento del periodista Luis Guillermo Hernández a su trabajo publicado en el extinto *Diario Monitor*.

Notmusa, empresa dirigida por Carlos Flores Núñez y dedicada a las revistas de entretenimiento, inauguraba así su incursión en el mercado de diarios metropolitanos de información general.

Finalmente *El Centro* dejaba los ensayos en la redacción de Periférico y la Picacho-Ajusco al sur de la ciudad de México para salir a la calle.

Un arranque fuerte --un *chingadazo*, diría su autor-- era obligado para llamar la atención de políticos, empresarios y medios. Lograr que la gente volteara hacia el nuevo tabloide en una urbe con escaso tiempo para leer y una oferta amplia de diarios.

Los primeros números de la publicación se incluyeron en *Récord*, el periódico deportivo de Notmusa que tanto éxito le había dado a la empresa.

Después de seis ediciones, *El Centro* dejó la andadera y se lanzó solo al mercado el sábado 10 de marzo.

Desde ese día y hasta el 11 de octubre de 2008, los voceadores colgaron en sus puestos un tabloide más cuyo cabezal (formado por una línea amarilla con un círculo rojo en el extremo derecho) lo distinguía del rígido y solemne diseño de otras publicaciones.

En búsqueda de un director

La empresa Notmusa concluyó en 2006 que estaba lista para lanzar un nuevo producto al mercado periodístico del Distrito Federal.

Para encabezar el proyecto puso su mira en Salvador Camarena Rodríguez, entonces director de la revista *Chilango*. El primer coqueteo fue a través de Alejandro Gómez Albarrán.

Salvador y Alejandro se conocieron en *Reforma*, donde ambos fueron editores. El primero estuvo en la sección de información general y el segundo en la deportiva.

Ambos dejaron casi al mismo tiempo la empresa de Alejandro Junco para tomar nuevos caminos. Camarena se convirtió en corresponsal de *El Universal* en Nueva York y Gómez aceptó la invitación de Notmusa para dirigir su nuevo tabloide deportivo.

Una vez concluidos los Juegos Olímpicos de Invierno 2006, en Turín, Italia, Alejandro buscó a Salvador para invitarlo a desayunar.

Le platicó que Notmusa quería lanzar otro diario al estilo de rotativos como el *Bild-Zeitung* de Alemania, una publicación que combinara la información "seria" con el entretenimiento. Lo importante con lo interesante, diría Salvador.

El director de *Chilango* mostró interés. Su estancia en Nueva York lo acercó a tabloides como el *New York Daily News* o *The New York Post*, cuyas propuestas gráficas y editoriales le habían gustado.

La idea de Notmusa le pareció muy atinada. Pensó en voz alta en una mezcla del periodismo de chismes y espectáculos, al estilo del *New York Post*, con el periodismo urbano ofrecido en el *Daily News*:

-Pues ya.

-¿Ya qué?

-Vente con nosotros, tienes muy claro el concepto.

-No, perdón, no había entendido que se trataba de un asunto de primer coqueteo, no lo entendí así.

-Piénsalo. Me gustaría mucho presentarte a Carlos Flores.

Se vieron de nuevo. Salvador estaba entusiasmado, pero dejó sobre la mesa dos condiciones que, a su juicio, eran indispensables para lograr el proyecto: identidad editorial y un equipo abierto a la propuesta.

Le dijo a Alejandro que se necesitaba tiempo para darle identidad al diario y reclutar a reporteros y editores con el perfil apropiado.

A su entender, los tabloides modernos deben buscar portadas similares a las de revistas, imágenes con las que el lector se ría, se indigne, se sorprenda o conmueva. Rotativos más de voceador y menos de suscripción.

Considera que la mezcla de información importante con la interesante requiere de atrevimiento, irreverencia y ocurrencia. Esa combinación, dice, supone una portada ligera o divertida --frívola para algunos-- y en páginas interiores un reportaje bien documentado.

Desde su punto de vista, una propuesta editorial así no es bien digerida por reporteros y editores formados en el periodismo duro.

Salvador lo vivió con *Chilango*, ya que a periodistas "serios" no les gustaba la revista por su contenido "ligero". Temió conformar una redacción cuyos integrantes dijeran sí al proyecto en la mesa, pero que en privado quisieran hacer otro periodismo, como el de los tradicionales diarios nacionales.

Alejandro estuvo de acuerdo con el planteamiento y organizó el desayuno para presentarle a Carlos.

La cita llegó. En ese encuentro Salvador fue claro con el director general de Notmusa: se necesitaba trabajar al máximo y con un amplio margen de tiempo a fin de lograr el equipo deseado y el concepto del nuevo diario.

Camarena propuso que así como Notmusa se inspiró en el deportivo español *Marca* para trazar lo que sería *Récord*, de ese modo había que configurar el nuevo tabloide capitalino.

Sugirió entonces ir a ciudades como Londres y Nueva York para conocer y aprender de sus periódicos más populares. Al parecer hubo disposición de Carlos.

Unos días después Salvador acudió a una reunión de planeación en el Hotel Marriott, en Polanco. Entre los asistentes estuvieron los periodistas Javier Solórzano y Francisco Vidal, ex editor de Negocios en *Reforma* y encargado de coordinar la sesión.

En la mesa había personal de la estructura administrativa de Notmusa. Lo expuesto ahí le hizo pensar que ya estaban tomadas algunas decisiones sobre la nueva publicación y lo hizo saber. No deseaba detenerse en temas que ya habían sido resueltos.

Antes de concluir le informaron que debía acudir a una nueva junta para tratar otro punto. Sintió que lo apresuraban.

Camarena aún no renunciaba a *Chilango* y además escribía en aquel entonces *El Presidente Electo*, un libro a cuatro manos con Jorge Zepeda Patterson sobre Felipe Calderón y su arribo al poder.

Luego le hicieron saber que querían poner en circulación al diario el primero de diciembre de 2006 para coincidir con el arranque de la administración calderonista, pero él había considerado un periodo de incubación de seis a nueve meses y salir en el verano de 2007.

Camarena mostró su desacuerdo al recordar su experiencia en la transformación de *El Heraldo de México* a *Diario Monitor*, del que fue director editorial.

No quería montar una redacción en tres meses. Creía necesario destinar más tiempo a la búsqueda del equipo para obtener el proyecto propuesto, pero la respuesta a su solicitud fue un: "¿No puedes o te da miedo?"

Más adelante Alejandro Gómez le dio el nombre de uno de los coordinadores editoriales elegidos para el tabloide: Alejandra Bordon, reportera que había renunciado a *Reforma* en septiembre de 2006.

-No espera, puedes tener a una candidata a jefa de información, pero no puedes contratar a una jefa de información. Esto no está funcionando porque los directores dirigen y toman decisiones.

-Sí bueno, pero yo soy el director general.

-Sí, nada más que si tú ves bien un perfil me lo pasas y si yo lo veo bien, pues yo veré en dónde lo pongo.

- No, no me digas eso, yo ya le dije que se venga, ella ya renunció.

-Sí, ya me enteré, ya me hablaron de *Reforma* para decirme que tengo nueva jefa de información, pero yo ni la he entrevistado.

Las respuestas de Camarena no cuestionaban los méritos profesionales de Alejandra Bordon, quien, tras la invitación de Alejandro Gómez, se convirtió en la coordinadora editorial de la sección metropolitana del diario.

A Salvador le molestó sentirse acotado para maniobrar el armado del periódico. Consideró que Notmusa llevaba prisa, que así no se lograría y entonces se bajó del proyecto y regresó a *Chilango*. El nuevo tabloide de Notmusa no pudo salir en diciembre, pero tampoco en enero ni febrero, sino hasta marzo de 2007.

La llegada de Miguel Castillo

Para septiembre de 2006 Notmusa tenía un equipo de no más de 10 periodistas para el armado del nuevo diario. Entre ellos, Alejandra Bordon, Carolina Pavón Jiménez, José Luis Cleto Tapia y Jorge Israel Hernández Herrera.

Las dos primeras, quienes dejaron *Reforma* casi al mismo tiempo, se encargaron de configurar el periodismo crítico que tendría el tabloide.

Ambas *arrastraron el lápiz* desde las antiguas oficinas de Notmusa, en San Ángel. Ahí, sobre una mesa de plástico, *echaron* en hojas tamaño carta sus primeras ideas sobre lo que debería tener el diario. Aún no había director.

Javier Solórzano Zinser, colaborador de *Récord* y después de *El Centro*, recomendó a Alejandro Gómez el trabajo de Miguel Castillo Chávez, quien era el subdirector editorial de *Diario Monitor*.

Alejandro, convertido en director de Diarios de Notmusa, pidió la opinión a los coordinadores, pues no conocía más de Castillo Chávez que la referencia de Solórzano.

“Cuando me pregunta (Alejandro Gómez) por Miguel le digo que yo no podría tener mejor jefe porque el rigor con el que trabaja es del rigor que a mí me gusta. Es de exigencia, ironía, humor negro, esa parte que te lleva a hacer un trabajo pulcro, limpio”, recuerda Carolina Pavón, quien en 2006 cumplía 15 años de amistad con el periodista propuesto.

Miguel Castillo dejó la subdirección del periódico creado por José Gutiérrez Vivó en octubre de 2006 y un mes después se incorporó a *El Centro* como su director general editorial.

El nuevo director buscó a José Gerardo Mejía Andrade, Arely Quintero Catalán, Esperanza Barajas Urías, y Daniela Pastrana, entre otros periodistas, para que se pusieran al frente de las coordinaciones y reclutaran al resto de los reporteros.

Alejandro Gómez explicó el proyecto a Miguel Castillo. Destacó lo que quería la empresa: ni filias ni fobias políticas, sí libertad editorial e infoentretenimiento.

Miguel no sólo aceptó el puesto sino el reto de construir pronto la redacción para salir lo antes posible.

La respuesta de Notmusa a las previsibles reacciones del poder político fue una incógnita para Miguel desde el principio, pero él siempre hizo un periodismo apartidista. Sólo sabía trabajar de esa forma y la empresa le ofreció esa libertad.

Héctor Zamarrón León se sumó al equipo como subdirector editorial y gracias también a la invitación de Alejandro Gómez. Como en el caso de Camarena, Héctor y Alejandro coincidieron en *Reforma*.

El periodista había sido el coordinador editorial de Ciudad y Metrópoli, la sección capitalina del diario de Alejandro Junco. Si algo conocía bien era la ciudad de México.

Notmusa y Héctor coincidieron en que la ausencia de fenómenos urbanos en diarios nacionales y locales dejaba un hueco editorial que *El Centro* debía cubrir. El objetivo era darle al lector un tabloide que no priorizara la nota roja, como la mayoría de los periódicos metropolitanos, y sí los problemas y actividades de la clase media. La empresa quería un tabloide para gente con formación universitaria.

La casa editorial hizo saber a Héctor que *El Centro* debía ofrecer información crítica, pero sin desatender el entretenimiento que tanto éxito le había dado a sus revistas y a *Récord*.

Presentan al nuevo integrante de la familia

Cuando Carlos Flores agarró el micrófono y se paró frente a sus empleados todos callaron. El director general de Notmusa tomaba la palabra.

Flores Núñez aprovechó la celebración de fin de año de 2006 en el Centro Libanés del DF para hablar del nuevo miembro de la familia.

El empresario estaba claro: *El Centro* tendría un margen de pérdidas económicas durante sus primeros años de vida.

Con *Récord* la recuperación del dinero invertido se presentó a partir de su segundo año de circulación y para el tercero las ganancias tocaron la puerta.

Había capital suficiente para sostener al nuevo integrante de Notmusa por cinco años. Las pérdidas serían amortiguadas por el resto de las publicaciones.

A Luis Guillermo Hernández, ganador del Premio Nacional de Periodismo 2006, le saltó una palabra de ese discurso. En su mente se formuló una inquietud: su periodismo, como el de varios de sus colegas en *El Centro*, podría tambalearse.

"Wey, no vamos a durar", le soltó a quien tuvo más cerca.

Vamos a hacer un periódico de infoentretenimiento, se había escuchado a través de las bocinas en aquella noche de fiesta.

1.2. El infoentretenimiento

El infoentretenimiento es la traducción al español del término anglosajón infotainment, una mezcla de las palabras information (información) y entertainment (entretenimiento).

El concepto está asociado directamente a la televisión, donde tuvo sus primeras apariciones y es más identificable, aunque también se ejerce en otros medios electrónicos y en los impresos.

El periodista Jenaro Villamil, especialista en medios de comunicación, define así el término:

"(Es) una mezcla de noticias sobre la farándula, la moda, la decoración de interiores, la gastronomía, las nuevas tecnologías en boga, los chismes sobre la vida privada de celebridades del show business o el deporte, las promociones publicitarias embozadas sobre las películas de Hollywood, la industria automotriz estadunidense o la industria farmacéutica y sus 'recetas' para complacer a los eternos Narcisos o Narcisas".[1]

La periodista Sara Ortells, egresada de la Universidad Jaume I, España, se refiere así al concepto:

[1] Villamil, Jenaro. "Concentración mediática y lavado de cerebros en América Latina" en *Observatorio de Medios Fucatel*, edición de internet, 7 julio de 2009, Colombia. Tomado del sitio www.observatoriofucatel.cl/concentracion-mediatica-y-lavado-de-cerebros-en-america-latina y consultado el 29 de diciembre de 2010.

"La aparición de este género, el infoentretenimiento, supone una innovación en los procesos de creación de piezas periodísticas que utilizan la imagen y el texto para enganchar a la audiencia, que a su vez se convierte en protagonista, en la nueva fuente de información del nuevo género".[2]

La comunicóloga incluso sugiere la redefinición de los patrones o características de los llamados géneros periodísticos a fin de incluir formatos periodísticos derivados de la mezcla de discursos.

Explica que la utilización del sensacionalismo en las notas, entendiendo por éste la capacidad de despertar emociones en el espectador o de provocar una reacción en el sistema sensorial de la persona, está directamente ligado a los niveles de audiencia, y las cadenas de televisión (y en general los medios masivos de comunicación) no dudan en apostar por formatos capaces de emocionar al público.

La periodista indica que la competencia y el hambre de liderazgo de las televisoras diluyeron los límites entre sus formatos noticiosos tradicionales, y a su vez, entre el periodismo y el sensacionalismo.

Los medios utilizan la información, tanto visual como narrativa, para despertar cualquier tipo de emociones en la audiencia.

Cada vez resulta más difícil trazar las líneas que separan una noticia dura del entretenimiento, incluso, sostiene, resulta prácticamente imposible determinar si son los espacios de información los que están invadiendo los contenidos dedicados al entretenimiento, o si es el entretenimiento el que invade el campo informativo.

[2] Ortells, Sara. "La redefinición de los géneros periodísticos, el infoentretenimiento como punto de partida del cambio", documento publicado por la Universidad Jaume I, Castellón, España, p. 2. Tomado del sitio: www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi13/38.pdf y consultado el 29 de diciembre de 2010.

El infoentretenimiento se caracteriza por centrarse en una temática basada en tramas sociales, sucesos, hechos insólitos, recuperación de tradiciones y ofrece contenidos variados aptos para todos los gustos.

Los reporteros hacen partícipe a la audiencia de la vivencia que muestra el reportaje invitándola a meterse en el entorno de los protagonistas.

El público, agrega, viaja a lugares remotos donde se le muestra una realidad lejana a la que sólo puede llegar a través de pantallas, y se le da la oportunidad de contagiarse de la alegría o la tristeza del que narra el hecho.

Por tanto, se despiertan emociones a través de la televisión al utilizar gente anónima que convierte en cómplice de sus alegrías o desgracias a quien está sentado al otro lado de la televisión o quien lee el texto.

La mayoría de las notas tienen en común una característica muy importante: ubican como protagonistas al ciudadano de a pie, gente anónima que se convierte en el eje de la información.

El ciudadano es visto como potencial entrevistado y como portador de noticias, y utiliza el medio proactivamente para obtener beneficios políticos y sociales vinculados a la convivencia y las dinámicas de su vida cotidiana.

Dice Ortells que se concede la palabra al ciudadano, quien se convierte en el protagonista de la actualidad mediática y se relegan a segundo plano las noticias políticas o de temáticas duras.

1.3. Notmusa

Carlos Manuel Flores Núñez fue uno de los 100 empresarios con mayor poder económico en el país durante 2008 de acuerdo al listado de ese año hecho por la revista *Expansión*.[3]

La publicación *Líderes Mexicanos* lo ubicó en el sitio 103 de su ranking de las personas más exitosas de 2010. [4]

De acuerdo con la publicación, Carlos Flores es licenciado en Administración de Empresas por la Universidad Iberoamericana e ingresó a Notmusa en 1985. El ranking 2009 de *Expansión* sobre las 500 firmas más importantes en México ubicó a Grupo Editorial Notmusa en el sitio 399. Sus ventas fueron estimadas en mil 213 millones de pesos. [5]

Con 54 años de vida, Notmusa es una de las empresas más importantes dentro de la industria editorial de entretenimiento en México, pues tiene el 26 por ciento del mercado de lectores de diarios o revistas del país, según *Líderes Mexicanos*.[6]

Basado en el listado de *Expansión*, Francisco Vidal, economista y especialista en medios, ubicó a Notmusa en el grupo de las 16 firmas de la industria editorial y del entretenimiento con mayores ventas en 2008.[7]

---

[3] Sin autor. "Los 100 empresarios más importantes 2008" en el portal de noticias *CCN Expansión*, 28 de abril de 2008, México, DF. Tomado del sitio www.cnnexpansion.com/especiales/los-100-empresarios-mas-importantes-2008 y consultado el 29 de diciembre de 2010.

[4] Sin autor. "Los 300" en revista *Líderes Mexicanos* publicada por Ferraez Editores, 1 de noviembre de 2010, México, DF, versión en internet. Tomado del sitio www.lideresmexicanos.com/seccion/300/page/11/ y consultado el 21 de noviembre de 2010.

[5] Sin autor. "Las 500 empresas más importantes de México" en revista *Expansión,* publicación de Grupo Editorial Expansión, versión para internet, 11 de junio de 2009, México, DF. Tomado del sitio www.cnnexpansion.com/XPA5002009/?uid=1 y consultado el 29 de diciembre de 2010.

[6] Sin autor. "Los 300", *Op. Cit.*

[7] Vidal Bonifaz, Francisco. "Ventas de los principales grupos de medios y entretenimiento, 2008" en el sitio *La Rueda de la Fortuna*, 29 de junio de 2009, México, DF. Tomado de la página http://ruedadelafortuna.wordpress.com/2008/09/08/ y consultado el 24 de mayo de 2010.

La empresa tiene en el mercado las publicaciones *15 a 20, Veintitantos*, *Nueva*, *H para hombres*, *4Ruedas*, *TV Notas y Récord*; además de las revistas *Notas para ti*, *Revistas Récord*, *H para Hombres Extremo* y *Récord Luchas*, cuyos registros no aparecen en la Secretaría de Gobernación, pero sí en el sitio web www.notmusa.com.mx.

Publicación	**Circulación pagada**
TV Notas	624 mil 770 ejemplares semanales
H para Hombres	293 mil 305 ejemplares mensuales
15 a 20	131 mil 506 ejemplares mensuales
Ventitantos	114 mil 465 ejemplares mensuales
Récord	105 mil 339 ejemplares diarios
Nueva	47 mil 103 ejemplares mensuales
4 Ruedas	31 mil 991ejemplares mensuales

Fuente: Padrón Nacional de Medios Impresos, actualización 2009[8]

TV Notas es la publicación estrella de Notmusa con sus 624 mil 770 ejemplares en circulación cada semana, tres veces más que lo logrado por su competidor directo *TV y Novelas*, de Televisa (204 mil 180 ejemplares). *Récord* está por encima de diarios de su segmento, como *Estadio* (74 mil 500 diarios) y *Esto* (139 mil 712).

En el año 2000, *TV Notas* llegó al mercado hispano de Estados Unidos a través de la firma afiliada Maya Magazines, ubicada en Miami Beach. Según información institucional, en aquel país la revista tiene una circulación semanal de 150 mil ejemplares.

En 2007 las revistas *H para Hombres* y *H Extremo* también llegaron al mercado hispano de Estados Unidos, y en 2008 la firma filial lanza *Récord Semanario de Futbol*. [9]

[8] Sin autor. "Padrón nacional de medios impresos" en página de la Secretaría de Gobernación, sin fecha, México, DF. Tomado del sitio web: http://pnmi.segob.gob.mx y consultado el 14 de febrero de 2011.
[9] Sin autor. "Maya Magazines, Inc. lanza el 2 de septiembre la revista semanal Récord Semanario de Fútbol" (sic) en sitio de noticias *Hispanic PR Wire*, 27 de agosto de 2008. Tomado de la dirección www.hispanicprwire.com/News/es/12309/13/maya-magazines,-inc.-lanza-el-2-de-septiembre-la-revista-semanal y consultado el 29 de diciembre de 2010.

1.4. La propuesta de Miguel Castillo

Como el dueño de Notmusa en aquella fiesta de fin año, Miguel Castillo Chávez también fue claro con su equipo.

El Centro sería un diario distinto a lo que estaban acostumbrados los capitalinos. Carlos Flores quería infoentretenimiento y se lo darían, pero sin descuidar el periodismo crítico, pues uno implicaba la anulación del otro.

Castillo Chávez despejó las dudas de quienes ya habían sido reclutados para diciembre de 2006. El esquema era también claro: reporteros y editores tendrían la responsabilidad de trabajar con profesionalismo, pero sin cargar la crítica a un grupo político para evitar orientaciones. Del resto se encargaría él.

Francisco Cruz Jiménez, quien fuera el editor general, se sumó al proyecto convencido de que *El Centro* sería un tabloide de información general crítico.
No ignoraba la naturaleza de Notmusa, pero, como al resto del equipo, Miguel le había ofrecido un espacio para hacer periodismo de información general.

Cruz Jiménez conocía la trayectoria del director (ambos coincidieron en *Diario Monitor*). Ninguno de los dos habría aceptado un trabajo en donde se careciera de libertad editorial.

"En cada área ese fue el tipo de periodistas que se contrató. Nunca se pretendió contratar un tipo de periodistas que respondiera a esa información de entretenimiento, ni siquiera en espectáculos; en deportes también hacíamos trabajo crítico", recuerda.

Para Francisco *El Centro* no tenía otro camino si lo que buscaba era hacerse notar. El ex subdirector del periódico, Héctor Zamarrón León, confirma el ejercicio editorial practicado:

"*El Centro* gozó de libertad editorial, prácticamente no tuvimos, que yo recuerde, ninguna censura ni ninguna línea para publicar cosas; fuimos bastantes osados en publicar montones de cosas. Los únicos frenos que nos pusimos fueron nuestras propias ideas de qué era lo periodístico, qué era lo noticioso y eso determinó cómo publicábamos la información".

Para Carolina Pavón, con una fuerte formación en el periodismo duro -"tumbador de funcionarios", dice- un periódico de información general no puede cargarse tanto hacia el entretenimiento; sin embargo, el equipo de *El Centro* lo hizo porque así lo había pedido la empresa.

Carolina preguntó a Alejandro Gómez cómo se procedería si el equipo obtenía una nota política fuerte. El director de Diarios contestó que se publicaría y que no habría más limitaciones que las inherentes al mismo ejercicio periodístico.

Antes de que *El Centro* saliera a las calles, Carlos Flores nuevamente habló para sus empleados. Esta vez en una comida ofrecida a toda la plantilla editorial.

El empresario destacó el peso de Notmusa en el mercado editorial mexicano, se congratuló por la nueva publicación y deseó suerte a todos. El estreno estaba próximo.

Entrado 2007, la redacción se mudó al piso quinto del recién estrenado edificio de Notmusa, en Periférico Sur y la Picacho-Ajusco, en Tlalpan.

Casi cuando terminaba el domingo cuatro de marzo, una caravana de autos partió del nuevo edificio rumbo a las instalaciones donde se imprimiría el primer número.

Luis Guillermo compró dos botellas de champaña Moët & Chandon. Al no haber dónde enfriarlas improvisó con hielos y bolsas de plástico. Reporteros, editores, diseñadores y directivos esperaron la aparición del primer ejemplar. De acuerdo con Luis, cuando salió el primer periódico las botellas empezaron a circular de boca en boca, entre ellas las de Miguel Castillo, Alejandro Gómez y Carlos Flores.

Un metropolitano divertido

El equipo inició sus primeros trabajos a finales de 2006 en una redacción temporal montada en un inmueble de Notmusa, en Iztapalapa. Ahí se avanzó en la creación de secciones, distribución de fuentes y primeros temas para ofrecer al lector.

Sheila Amador Narváez, ex reportera de la sección capitalina, comenta que ni Carlos Flores ni Alejandro Gómez intervinieron en esas tareas, aunque el nombre de *El Centro* fue, a decir de Carolina Pavón, decisión de Flores.

Notmusa ya tenía un equipo de diseñadores que traía la experiencia de *Récord*, un grupo encabezado por Regina Landa Castro que ofreció un concepto innovador para un diario de información general.

El diseño de *El Centro* fueron similar al del rotativo deportivo: color en todas las páginas, alta calidad de impresión y en el tipo de papel, gran peso a infografías, gráficos, imágenes y valores agregados como tablas, citas textuales destacadas y numeralias. Coordinadores de área, editores y diseñadores tuvieron la libertad de proponer y crear secciones y contenidos.

La portada de *El Centro* era monotemática; es decir, la mayoría del espacio era usado para destacar con una foto y una cabeza la nota principal del diario, y en un cintillo se promocionaban otras noticias. El formato se modificó paulatinamente hasta que finalmente la portada se *abrió* para destacar más notas y fotos.[10]

La propuesta gráfica ya había tenido éxito, *Récord* lo constataba con sus dos premios de diseño internacional de la Society for News Design.

A Salvador Camarena le gustó:

[10] Más adelante el diario utilizó un "navegador" (llamados de notas con foto, cabeza y *balazo*) que se despliega sobre los márgenes de la portada, una herramienta usada ya en ese tiempo por otros periódicos, como *Reforma*.

"¿Me preguntas si cuando lo vi en marzo era más o menos igual a como yo lo había pensado? La respuesta es sí y no".

"Gráficamente sí, la orientación del periódico no. Gráficamente sí traían un discurso de tabloide: la apuesta por la portada, irreverencia y agenda propia".

Coordenadas de la Ciudad era la sección con la que abría el periódico y una de las que tenía más páginas. Carolina Pavón fue la jefa de información y Alejandra Bordon la coordinadora editorial.

Ambas decidieron que su equipo de periodistas debía integrarse por gente experimentada y por personas que apenas se iniciaban en el reporteo, pero cuyas plumas le dieran frescura a las páginas.

Una de las novedades fueron las crónicas sobre sitios en donde el acceso es restringido para el público. El espacio aparecía cada semana con el nombre de Acceso No Autorizado y daba al lector una propuesta nueva y atrevida frente a la rigidez de la nota informativa; sin embargo, duró sólo algunos meses.

El diario tuvo una columna de fin de semana en donde Luis Guillermo Hernández hacía crónica de espacios o personajes característicos del DF.

"Había cosas que se nos dificultaban porque veníamos de mucha nota dura. Necesitábamos al cronista, la cosa chusca, la jiribilla, no (queríamos) estar tan cuadrados como en algún momento llegamos a estar. Muchas veces no te dejan trabajar con las crónicas y en el caso de *El Centro* exigíamos crónicas porque era el género perdido en muchos periódicos", comenta Carolina Pavón.

Las secciones de deportes y espectáculos tenían sus plantillas de reporteros, a pesar de que la empresa tenía *Récord* y *TV Notas*.

Otra de las atracciones del periódico fue la peculiaridad de sus plumas. Miguel Ángel Huidobro, miembro de la banda de rock Molotov, escribía de futbol, también colaboraba Raúl David Vázquez, alías *Rulo*, locutor de la estación de radio Reactor en el 105.7 de FM, Roberto Gómez Bolaños, *Chespirito*, y la actriz Regina Orozco, entre otros.

Estos son los nombres de los colaboradores que el diario enlistó en su edición última del 11 de octubre de 2008:

Guillermo Ochoa, Jaime Enrique, Almeida Yáñez, Enrique Burak, Enrique Ganem, Enrique Hernández (conductor de El Weso), Esther Charabati, Fernanda Tapia, Guadalupe Reyes, Luis G y G, Mariana Hernández, José Adrián Rueda, José Alberto Oliva, José María Saucedo, José Rodrigo Morlesin, *Juan Tiburón*, Leticia Huijara Cano, Raúl David Vázquez (*Rulo*), Regina Orozco, Mónica Braun, Nelly Acosta, Nicolás Alvarado, Norma Leticia Jiménez, Patricia Olamendi, Sergio Ramírez, Mildred Ramo, René Franco, Rodrigo Peñafiel, Rose Mary Espinosa, *El Paella*, Marco Morales, Roberto Gómez Bolaños, Luis García, Juan Carlos Arjona, Gabriel Rodríguez Liceaga.[11]

También escribieron Demián Bichir, Martha Anaya, Tomás Boy, Arely Quintero, Matilde Obregón, *El Santo* (seudónimo del periodista Gerardo Jiménez), Gustavo Mota, Ivette Hernández (*Viborilda*), Rodrigo Peñafiel, Ulises Castellanos (coordinador de fotografía), Adriana de la Peza y Janice Kelly.

En la segunda y última etapa del periódico también participaron el cronista Fabrizio Mejía Madrid, la comunicóloga Gabriela Warkentin y el escritor Álvaro Enrigue.

El tabloide reportó a la Secretaría de Gobernación una circulación diaria de tres mil 859 ejemplares pagados y ocho mil 520 gratuitos.[12] Salía a 55 páginas todos los días.

---

[11] Sin autor. "El Centro es grande gracias a ti", en *El Centro*, año 2, 11 de octubre de 2008, p. 40, México, DF, versión para internet. Tomado de la dirección www.centrodc.com.mx/centroWeb/viewEntrance.do?webPagDate=2008-10-11 y consultado el 29 de diciembre de 2010.

[12] Información obtenida vía transparencia el 25 de septiembre de 2009 a través del oficio SNM/ST/EUT/157/2009 de la Subsecretaría de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación.

El periodismo gráfico

El área de fotografía estuvo coordinada por Ulises Castellanos Herrera, fotoperiodista egresado de la UNAM con amplia experiencia en medios nacionales e internacionales.

En septiembre de 2006, mientras estaba en París, el ex editor de fotografía de la revista *Proceso* recibió un correo electrónico de su amigo Rafael Ocampo, director del diario deportivo *La Afición*, en donde le avisaba del nuevo periódico de Notmusa.

Interesado, Ulises suspendió sus actividades en Francia y volvió a la ciudad de México para entrevistarse primero con Alejandro Gómez y después con el director del diario, Miguel Castillo.
Una vez amarrado el puesto, Ulises tuvo la encomienda de reclutar a su equipo de trabajo. Luego de varias depuraciones, su lista final quedó con ocho personas: Eunice Adorno, Eduardo Jiménez, Karina Tejada, Óscar Estévez, Mónica González, Ernesto Ramírez, Rogelio Cuéllar y Juan Vázquez. En la coedición estuvo Dayán Jiménez.

En su memoria profesional *En la mira*,[13] Ulises Castellanos dice que el equipo de fotoperiodistas tuvo la tarea de retratar a una ciudad del siglo XXI con su comunidad plural.

Debían hallar el toque irónico, casual y característico de la ciudad de México y retratar el acontecer político, social y cultural, además de responder a la agenda del diario y llevar a la redacción propuestas de lo que se generaba en la calle.

En esos apuntes publicados por la Universidad Iberoamericana Ulises relata que las fotos generalmente fueron respetadas por los diseñadores, ya que el tamaño con el que se publicaban dependía de la calidad y la fuerza de la imagen, no del espacio que le dejaran en la página.

[13] Castellanos Herrera, Ulises. *En la mira. Apuntes de un editor de fotografía*, editorial Universidad Iberoamericana, México, DF, 2010, p. 43.

“Sin embargo te diría que en ese periodo (con Miguel Castillo, el área de) diseño tenía mucha influencia. Las principales batallas que yo tuve que dar fueron con diseño porque no respetaban la posición del editor y se mutilaban las fotos. Yo tenía apoyo de Miguel, pero si se bajaba la guardia se notaba”, precisa Ulises al autor de este trabajo.

Recuerda que mientras el área dirigida por Regina Landa Castro hacia sus propuesta de portadas basadas sólo en diseño gráfico, Miguel y él proponían portadas con más carga periodística en las imágenes.

Productos fotográficos

En su libro Ulises expone los espacios para la fotografía del diario:

En la Mira. Columna de su autoría que nació en el periódico *Milenio* durante 2006 y que se llevó después al nuevo tabloide. Hablaba de fotoperiodismo, exposiciones, novedades editoriales y tecnológicas, crónicas y semblanzas.

Eje Central. Los miércoles esta sección de publicación diaria cedía su espacio al equipo de fotografía. Dos planas donde se mostraban fotorreportajes.

La Mirada de Cuéllar. Página semanal donde se publicaban fotos de retrato hechas por Rogelio, miembro del equipo. Los personajes eran creadores o intelectuales, como Carlos Monsiváis, Octavio Paz o Carlos Fuentes.

La Callejera. Espacio en la sección Coordenadas de la Ciudad que, cuenta Ulises en su libro, intentaba reivindicar un viejo género que *La Jornada* había hecho propio: la captura de lo insólito en lo cotidiano de las calles del DF.

Imágenes de la Ciudad. Sección que aparecía de tres a cuatro veces por semana para narrar una historia sobre negocios o espacios urbanos. Se utilizaban cuatro o cinco imágenes acompañadas de un breve texto.

1.5. Las críticas

El nuevo hijo de Notmusa no se salvó de la crítica de medios. Había logrado que algunos medios voltearan a verlo y que registraran sus primeras impresiones. Era mucho mejor ser criticado que ignorado.

A pesar del enfoque crítico en sus notas duras, la oferta gráfica (sobre todo la variedad de sus portadas) y de opinión no gustó del todo, particularmente a quienes estaban acostumbrados al periodismo "serio" de los rotativos ya existentes.

En abril, Julio Chávez Sánchez escribió en *Etcétera* sobre el tabloide. El editor de la revista dedicada al análisis de medios calificó al periódico como "difuso" y dirigido a consumidores de televisión que no les gusta leer.[14]

Para el periodista, la oferta estaba en su diseño y no necesariamente en la información, a la que consideraba escasa. Le disgustó el supuesto amontonamiento y desorden de la información, características de una tendencia mundial donde la prensa impresa imitaba los formatos de la televisión.

Chávez Sánchez concluyó que no era un referente informativo (con apenas un mes de vida), pues no ofrecía la cantidad de notas de otros periódicos y mucha de su información provenía de agencias informativas, datos que el lector podía encontrar en otros medios.

Opinó que no bastaba con trasladar a *El Centro* el diseño de *Récord* (al que calificó de forma positiva) para obtener el éxito de éste.

Salvo las colaboraciones de Javier Solórzano y Guillermo Ochoa, Julio calificó la oferta de los editorialistas como "chabacana".

[14] Chávez Sánchez, Julio. "El Centro, difuso" en la revista *Etcétera*, abril de 2007, México, DF, versión para internet. Tomado del sitio www.etcetera.com.mx/pag23ne78.asp y consultado el 29 de mayo de 2010.

Otro periodista que criticó la nueva propuesta editorial fue Mauricio Cabrera, Gerente Multimedia y de Comunidad del portal deportivo mediotiempo.com.

En *El Blog de Maca*, publicado en el espacio web, Mauricio manifestó su molestia por el supuesto engaño de *El Centro* al ofrecerse como un diario de información general que destacaba en sus portadas notas de la farándula:

"Para leer los chismes del espectáculo y lo que declaran las estrellas de la farándula prefiero comprar directamente TVNOTAS y no adquirir un diario que ha perdido todo el respeto y que considera como asuntos de interés nacional el que Maribel Guardia sea la más sexy del país o que Paulina Rubio se case en un enlace que difícilmente durará más allá de unos cuantos años".[15]

En otra de sus colaboraciones, Mauricio Cabrera insistió en la banalización de las portadas. Se preguntó si el periódico estaba tan desesperado por la "poca aceptación" que había tenido como para recurrir al "escándalo y la nota fácil de TV Notas para vender a granel".

Le disgustó de nuevo que *El Centro* trajera en portada a la actriz Maribel Guardia como la más sexy del país, según una encuesta:

"Si esa es la nota más importante en nuestro país, estamos peor de lo que imaginé y eso ya es decir. Una vez más, el nuevo periódico de Notmusa nos muestra que en su afán por innovar y romper esquemas termina banalizando la información y perdiendo seriedad con portadas que distan mucho de lo que tendría que esperarse de una publicación que se autonombra como 'el diario de tu vida' ".[16]

[15] Mauricio Cabrera. "El Blog de Maca" en el portal deportivo *mediotiempo.com*, 28 de abril de 2007, México, DF. Tomado de la dirección http://blogs.mediotiempo.com/?m=200704 y consultado el 29 de mayo de 2010.
[16] Mauricio Cabrera. "El Blog de Maca" en *mediotiempo.com*, 13 de abril de 2007, México, DF. Tomado de la dirección http://blogs.mediotiempo.com/?p=279 y consultado el 29 de mayo de 2010.

Consideró que el diario estaba "muy lejos de dar en el blanco", que seguía perdiendo credibilidad y que ese tipo de portadas evidenciaban que Notmusa consideraba a las nuevas generaciones de lectores como "estúpidos, materialistas y sensacionalistas".

El día que apareció el tabloide el periodista Juan Carlos Romero Puga destacó su diseño, pero también cuestionó su 'fórmula más bien desafortunada' que sacrificaba la cobertura de otros frentes periodísticos y que orillaba al lector a buscar medios 'más eficientes'.[17]

Para Romero Puga las 64 páginas del periódico se agotaban en tres minutos y no despertaba el interés de leerlo de nuevo.

"Cuando *Milenio Diario* salió, en enero de 2000, la primera gran pregunta que contestó el grupo que se encontraba al frente fue '¿Por qué otro diario capitalino?' Las dudas fueron remontadas con el tiempo. *El Centro*, hoy, navega con rumbo incierto".[18]

Al cumplir seis meses el tabloide en la calle, Juan Carlos Romero Puga concluyó que su impacto era mínimo. Al periodista le extrañó un criterio editorial que no respondía ni a lo importante ni a lo urgente y le daba la impresión de que cada día el diario era hecho por un equipo distinto.

"Coincido con lo planteado con Julio Chávez Sánchez en el número de abril de la revista *Etcétera*, quien afirma que *El Centro* se dirige al público que no lee diarios, pero que además no ha logrado colocarse como referente informativo, ni ha logrado incorporarse siquiera a las mesas de redacción de otros medios como parte de la real competencia".[19]

---

[17] Romero Puga, Juan Carlos. "Primer día de El Centro' en el blog *En Medio*, 5 de marzo de 2007, México, DF. Tomado d la dirección http://enmedio.wordpress.com/2007/03/05/primer-dia-de-el-centro/ y consultado el 29 de mayo de 2010.
[18] *Idem.*
[19] Romero Puga, Juan Carlos. "El Centro, seis meses" en el blog *En Medio*, 5 de septiembre de 2007, México, DF. Tomado de la dirección http://enmedio.wordpress.com/2007/09/05/el-centro-seis-meses/ y consultado el 29 de mayo de 2010.

Severo, Romero afirmó que el periódico ofrecía "un vistoso y caro envoltorio para las mudanzas de cristalería, pero poco para leer" y no veía un balance entre las notas soft, "un par de editorialistas serios y un mar de buenaondez del resto de quienes componen la oferta de opinión del diario".[20]

Romero Puga criticó la propuesta de Notmusa al ofrecer en sus páginas columnas de personas formadas en radio, como Fernanda Tapia, Mariano Osorio o locutores de Reactor, o de personajes como Demián Bichir, René Franco y *Chespirito*.

Para otros periodistas no todo era frivolidad en *El Centro*. Al contrario, veían un diario demasiado politizado y a veces cargado hacia la izquierda.

Gabriel Pérez Osorio, quien más adelante se integraría al equipo como coordinador general editorial, vio un tabloide inteligente y cercano a los capitalinos, pero con frecuencia demasiado "amargo o enojado" con la clase política en el poder.

Para gente cercana a Francisco Cruz Jiménez, quien fuera editor general, la crítica era desordenada, sin blanco fijo. No sabían si *El Centro* era de derecha, izquierda, centro o de alguna otra categoría.

"La gente en este país está acostumbrada a que el dueño o la directiva tiene que seguir cierto orden o tiene simpatías con el PRI, PAN, PRD o el poder", comenta Francisco.

Más adelante, en una de sus columnas semanales, Miguel Castillo explicaría por qué el diario *pegaba* para todos lados.

[20] *Idem.*

1.6. Los reportajes incómodos

En abril, un mes después de la aparición del tabloide, Carlos Flores se reunió en Miami con el director de Diarios, Alejandro Gómez; el subdirector editorial, Héctor Zamarrón; la subdirectora de Arte y Diseño, Regina Landa, y Francisco Cruz. Miguel Castillo fue invitado, pero no pudo ir porque su visa no estaba actualizada.

Reunidos en las instalaciones de TV Notas USA, el director general de Notmusa compartió sus primeras impresiones sobre el desempeño del diario y lo que buscaba en sus páginas.

"Él quería, por ejemplo, que se propusieran soluciones simples a problemas que existen (en la ciudad de México). Citaba el caso de un crucero, como hay muchos en esta ciudad, en Copilco y Cerro del Agua, donde todos los días se hace un atascadero. ¿Cómo convertir ese problema en noticia?, ¿cómo lograr que el periódico influyera en resolver ese tipo de problemas cotidianos?", recuerda Héctor Zamarrón.

En esa reunión Carlos Flores repasó su planeación: durante los primeros cuatro años *El Centro* trabajaría con pérdidas financieras y al quinto se volvería autosuficiente. La empresa estaba preparada para trabajar así.

A Flores no sólo le gustó lo visto hasta entonces en el diario, sino que recomendó fuera aún más crítico.

"La reunión fue un viernes y sábado y en las dos sesiones que tuvimos con Carlos Flores se habló de que el periódico iba bien, incluso Carlos mencionó que tenía que ser más duro. Yo dije: 'Este tipo sí quiere un proyecto de información dura' ", agrega Francisco Cruz.

Francisco regresó de Miami con mucha confianza. Lo expresado por Carlos Flores en la reunión le hizo saber que la conducción editorial iba bien y que por lo menos en ese momento no importaban las cuentas económicas.

El 12 de marzo *El Centro* dio su primer golpe a la familia presidencial, antes de la reunión en Miami. El reportero Luis Guillermo Hernández había documentado la "suerte" profesional de Diego Hildebrando Zavala Gómez del Campo, cuñado del presidente Felipe Calderón.[21]

Las empresas de Diego Hildebrando ganaron contratos del gobierno federal por casi tres millones de pesos, y obtuvieron aproximadamente tres millones más en subsidios para el crecimiento a través de la Secretaría de Economía.

El 28 de diciembre, en menos de un mes a partir de la toma de posesión presidencial, dos firmas en las que Hildebrando tiene intereses --Inteligencia Activa SA e Hildebrando SA de CV-- ganaron contratos con instituciones de la administración federal para hacer tareas de mantenimiento, supervisión y entrega de equipo y paquetería de software.

El periodista también documentó cómo la tarde de ese día 28, la empresa Inteligencia Activa logró que el Instituto para la Protección al Ahorro Bancario le adjudicara un contrato por un millón 738 mil 584 pesos.

No sólo eso. Horas antes, el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática adjudicó un contrato a Hildebrando S. A. de un millón de pesos por tres meses.

El 21 de junio *El Centro* volvió a pegarle a la familia presidencial con una nota de Gabriel Salazar Martínez sobre la remodelación del Rancho San José, propiedad de Margarita Zavala, esposa de Calderón, y otros familiares de la primera dama.

La denuncia giró en el sentido de que las obras ya llevaban dos meses y no se había solicitado licencia alguna para iniciar la construcción o remodelación.

[21] Hernández, Luis Guillermo. "Se aceptan subsidios" en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 8, 12 de marzo de 2007, México, DF, p. 2.

Junto al rancho también se construía, con recursos públicos, una casa para el alojamiento de los elementos del Estado Mayor Presidencial encargados de la seguridad en la zona.[22]

Cinco días después, el diario salió con una nota en donde se documentaba la situación excepcional del suegro del presidente, Diego Heriberto Zavala Pérez.

Según la nota de Carolina Pavón –jefa de información de Coordenadas de la Ciudad--, Diego Heriberto se convirtió en un privilegiado ex magistrado del Tribunal Superior de Justicia del DF, pues sin formar parte de algún órgano de justicia local aún cotizaba en el fondo de retiro como si lo fuera.

El suegro del mandatario obtuvo una compensación especial superior a los 300 mil pesos por haber trabajado dos meses extra en el Tribunal, periodo en donde tuvo un sueldo superior a los 130 mil pesos como magistrado.

De acuerdo con la periodista, el 17 de enero de 2007 el Consejo de la Judicatura del Tribunal aprobó atender una solicitud de Diego Heriberto Zavala en donde éste pidió seguir cotizando en el fondo de retiro de jueces y magistrados, pese a que desde el 18 de diciembre de 2006 había dejado de prestar sus servicios al órgano judicial.

La nota aclaraba que el fondo de retiro es una prestación otorgada sólo a los magistrados y jueces en activo.[23]

El 22 de junio la columnista de *El Centro* y especialista en transparencia, Arely Quintero, le puso cifras al gasto en bebidas alcohólicas en la Presidencia de la República.

[22] Gabriel Salazar Martínez. "Manita al rancho de los suegros" en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 109, 21 de junio de 2007, México, DF, p. 20.
[23] Pavón, Carolina. **"**Un suegro privilegiado" en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 114, 26 de junio, México, DF, p. 2.

El argumento de la nota fue que a pesar de un decreto presidencial firmado el 4 de diciembre de 2006 para ahorrar dinero (ya en la gestión de Calderón), se mantenía el mismo consumo de alcohol que en la administración de Vicente Fox.

Según la información ofrecida, en un mes Presidencia había comprado alrededor de 100 botellas de diferentes bebidas alcohólicas.

Los costos iban desde los 200 hasta los casi dos mil pesos por botella y hasta la primera semana de abril de 2007, la nueva administración federal había erogado 60 mil pesos en 267 botellas de vinos y licores.[24]

El 19 de marzo el periódico salió con una nota sobre las restricciones en Mexicana para las sobrecargos que desearan embarazarse. De acuerdo a la propuesta del nuevo Contrato Colectivo de Trabajo, quienes desearan procrear deberían tener al menos tres años de antigüedad.

Según la nota del reportero Jorge Reyes, aquellas mujeres que satisficieran la nueva disposición podrían descansar a partir del tercer mes de embarazo, previo certificado de ultrasonido expedido por un especialista.

Las sobrecargos estarían obligadas a volar durante el primer trimestre de gestación, lo que pondría en riesgo su salud, de acuerdo a médicos especialistas entrevistados por el periodista.[25]

[24] Quintero, Arely. "Sus tragos también nos cuestan" en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 110, 22 de junio de 2007, México, DF, p. 2.
[25] Ontiveros, Jorge Reyes. "Prohíben embarazarse" en periódico *El Centro*, año 1, número 15, 19 de marzo de 2007, México, DF, p.2.

La entonces esposa de Marcelo Ebrard, Jefe de Gobierno del DF, no escapó de la crítica. El ocho de marzo la reportera Sheila Amador informó cómo el perredista puso a Mariagna Prats al frente del patronato del DIF capitalino bajo total discreción, luego de que Andrés Manuel López Obrador ordenara la desaparición del patronato en 2002 cuando estuvo al frente de la ciudad.

Ebrard Casaubon dio marcha atrás a ese decreto y aprovechó su facultad como Jefe de Gobierno para darle el cargo más importante a su cónyuge. Un funcionario de la administración capitalina confirmó la toma de protesta.[26]

El 10 de julio el reportero Luis Guillermo Hernández escribió sobre la manera en que Mariagna Prats se convertía en la principal operadora de los programas sociales del Gobierno del DF sin marco regulatorio de por medio.

Según el reportero, la actriz había desbancado en las tareas de aplicación y seguimiento de estrategias gubernamentales a instituciones y dependencias como las secretarías de Desarrollo Social, Turismo o Salud, y a organismos clave dentro del sector, como el Instituto de las Mujeres.[27]

El 13 de julio *El Centro* apuntó hacia uno de los políticos más cercanos a Felipe Calderón: Juan Camilo Mouriño, entonces Jefe de la Oficina de la Presidencia de la República y fallecido en el *avionazo* de noviembre de 2008.

Una colaboración del periodista Manuel Velázquez titulada "Campeche, ciudad amouriñada" daba cuenta del poder económico y político de la familia de origen español.

[26] Amador, Sheila. "Un patronato de regalo" en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 4, 8 de marzo de 2007, México, DF, p. 2.
[27] Hernández, Luis Guillermo. "Mariagna imparable" en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 128, 10 de julio de 2007, México, DF, p. 2.

La nota mencionaba la investigación del gobierno español y la Interpol a Carlos Mouriño Atanes, padre de quien fuera también secretario de Gobernación, indagatorias que se apaciguaron a la llegada del hijo a la Oficina de la Presidencia.

Se recogía la acusación de una delegación del Sindicato Nacional de Trabajadores de Pemex en donde supuestamente el corporativo GES, de la familia Mouriño, se valía de su influencia para comprar combustible con subsidio, sin requerirlo, y luego venderlo más caro.

Otra denuncia apuntaba a Ivancar y su flotilla de más de 30 pipas. Luego de transportar el combustible de Pemex a varios estados, la firma adquiría gasolina clandestina proveniente de Belice para surtir sus gasolineras.

La nota afirmaba que el control de los Mouriño en Campeche era absoluto y que incluso el entonces gobernador priista Jorge Carlos Hurtado había sido uno de los más destacados empleados de la familia, pues en los años 90 fue uno de sus contadores de mayor confianza.[28]

En esa publicación el reportero describía la finca de los Mouriño como una fortaleza protegida con cámaras de video, alambres electrificados y elementos del Estado Mayor Presidencial y con servicios públicos que, según pobladores, el resto de la gente no tenía.[29]

1.7. Las reacciones del poder político

Según un ex integrante del diario que pidió no ser citado, Carlos Flores fue asesorado desde un principio sobre las posibles reacciones de los gobiernos. Para esta fuente no era lo mismo para una empresa dedicada al entretenimiento lidiar con una actriz molesta que con funcionarios de primer nivel respaldados por el poder de sus cargos.

[28] Velázquez, Manuel. "Campeche, ciudad amouriñada" en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 131, 13 de julio de 2007, México, DF, p.4.
[29] Velázquez, Manuel. "La fortaleza de Juan Camilo, enigmática e impenetrable" en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 131, 13 de julio de 2007, México, DF, p. 5.

Pelearse era inevitable, es un comportamiento normal en la relación entre la prensa independiente y los gobiernos. El director editorial se lo reiteró cuando arrancó el periódico.

De acuerdo con la fuente, Carlos Flores opinó con humor sobre las primeras reacciones políticas en una junta semanal con sus principales directivos:

"Con *TV Notas* se enojó Verónica Castro, con *Récord*, Hugo Sánchez y ahora con *El Centro*, Los Pinos. Estamos creciendo", habría dicho.

A decir de este ex integrante, la supuesta presión del gobierno federal creció tras la publicación de la nota sobre el poder de la familia Mouriño en Campeche y unas columnas de Miguel Castillo y la periodista Arely Quintero sobre el entonces jefe de la Oficina de la Presidencia de la República.

El caso del empresario Zhenli Ye Gon, a quien se le decomisaron 207 millones de dólares en un inmueble del DF, dinero que supuestamente provenía del suministro de insumos al narcotráfico, fue aprovechado por Miguel para criticar lo que consideró como una mala comunicación entre funcionarios del gobierno federal.

"En Los Pinos hay un naufragio de comunicación y los responsables son los amigos cercanos del Presidente", escribió en su columna del 26 de julio.[30]

Para el director editorial, el caso Ye Gon evidenció una inexistente coordinación en la comunicación gubernamental y el responsable era Juan Camilo Mouriño.

Mencionó la prisa del secretario de Trabajo, Javier Lozano, para hacer declaraciones y perseguir una demanda en Estados Unidos contra el empresario, aun antes de que al funcionario se le mencionara directamente en el caso.

[30] Castillo Chávez, Miguel. "Náufragos en Los Pinos" en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 144, 26 de julio de 2007, México, DF, p. 2

“No sólo dejó la impresión de que se puso el saco a toda velocidad porque sí tenía algo qué ocultar, sino que revela que corrió por un canal individual en su comunicación”, apuntó.

Castillo consideró que el presidente Calderón fue expuesto al ridículo luego de que Estados Unidos informara que se quedaría con Ye Gon para procesarlo. El mandatario había dicho antes que sería extraditado a México para ser enjuiciado.

“Y Medina Mora (entonces titular de la PGR) declara impunemente que los extraditados de México a Estados Unidos han sido enviados después de enfrentar aquí sus procesos, cuando lo cierto es que 80 por ciento de ellos no habían cumplido sentencias o tenían procesos pendientes”, afirmó.

Luego mencionó las declaraciones del entonces subprocurador de la PGR, José Santiago Vasconcelos, quien había dicho que Ye Gon era un inexperto que se involucró con el narcotráfico y después no supo qué hacer con el dinero y por eso lo tenía en su casa.

“(…) cuando el propio expediente de la PGR de cuenta de que manejaba cuentas y operaciones complicadas de dinero con cuando menos 11 instituciones bancarias de México y el extranjero. En este naufragio no todo es judicial. La comunicación también cuenta”, concluyó.

Luego de la muerte de Juan Camilo Mouriño en el *avionazo* de 2008, Luis Guillermo Hernández sostuvo una llamada con una fuente del Centro de Inteligencia y Seguridad Nacional.

-Ya ves como Dios sí existe, escuchó el periodista.

-De qué me hablas, contestó.

-Ahh, acuérdate wey. Dios existe.

Cuando tuvieron la oportunidad de encontrarse Luis le preguntó a qué se refería en aquella llamada. Le dijo que Mouriño se molestó con el periódico y que el funcionario supuestamente había hablado con Carlos Flores.

"Efectivamente Mouriño había sido con el enemigo del proyecto. Tenían miedo de que hubiera gente que se les saliera del huacal en términos de información política y sobre todo que se burlaran de ellos", concluye Luis Guillermo.

Personal del Gobierno del DF acudió a Notmusa para platicar con Miguel Castillo y Héctor Zamarrón por la cobertura que traía el diario sobre personajes como Mariagna Prats. Sheila Amador se había convertido en la sombra del Jefe de Gobierno y de su entonces esposa.

La reportera nunca estuvo en las reuniones entre Castillo o Zamarrón y personal de la administración capitalina, pero estaba enterada de las llamadas que los funcionarios hacían a las oficinas de Periférico Sur y la Picacho-Ajusco.

A Sheila no la buscaron funcionarios del Gobierno del DF para hablar del tema directamente, pero sí notó que, como reacción a su periodismo crítico, Comunicación Social empezó a dificultarle la entrega de información:

"Sí llegaba el momento en el que te bloqueaban un poco las cosas. De pronto no me llegaba la agenda o si había una conferencia de último momento no me llegaba la invitación, o a ellos les molestaba que tú te enteraras por tus fuentes de reuniones privadas o algunas otras cosas".

Marcelo Ebrard siempre fue cordial y accesible con Sheila. Más bien, dice la ex reportera del tabloide, eran personas de Comunicación Social quienes reaccionaban mal al tratar de proteger al funcionario y a Prats.

En su columna semanal del 16 de julio, Miguel Castillo dio cuenta de las conversaciones que tuvo con personal de la administración capitalina. Sus líneas mostraron lo incómodo que se volvió el diario para algunos personajes de la clase política:

"'El problema es que pegan para todos lados. No se definen', diagnosticó hace poco un importante funcionario capitalino. En su óptica, un periódico o un medio de información tiene que 'definirse', es decir, ponerse un color y escoger con qué equipo está".[31]

El director editorial escribió que los políticos estaban tan metidos en esa "forma arcaica" de hacer política que no alcanzaban a ver que la mayoría de los ciudadanos no militaba en algún partido, ni apoyaba ciegamente a un personaje político.

Agregó que una de las misiones más importantes de los medios es el cumplimiento de la rendición de cuentas y para ello se debía entender que la libertad de prensa no es opinar sino informar:

"Opiniones encendidas las hay por todos lados y dejan de ser efectivas por extendidas; a nadie le preocupa que cualquiera critique. Lo que irrita a los políticos es la información y por eso quieren dictar qué es noticia y qué no y qué espacios debe ocupar cada asunto".

Miguel citó el "No se metan con la familia" que operadores del gobierno federal y del DF, cuyos nombres omitió para no balconearlos, le dijeron en al menos una ocasión.

Refrendó una de las frases del argot periodístico, "la información manda", y puntualizó que el periódico no se metía con las familias de los políticos…, a no ser que éstas se metieran con el erario.

"En este momento se convierte en nuestra responsabilidad informarlo. Si no se meten con el erario, nadie los molestará", remató.

[31] Castillo, Chávez. "Información y familia" en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 134, 16 de julio de 2007, México, DF, p. 2.

Al subdirector Héctor Zamarrón también le tocó atender a funcionarios y políticos molestos por notas, sobre todo del ámbito capitalino, y además defender su valor periodístico.

"No sé hasta qué punto esas presiones, que sí llegaron a la parte de redacción, se extendieron a la parte de comercialización. Por ejemplo, no sé cuánto entró de publicidad del GDF, creo que nunca entró publicidad, o no entró al menos en el nivel que entraba en diarios similares, ni (publicidad) federal", comenta Zamarrón.

Sólo los directivos de Notmusa saben si recibieron reacciones del poder político y las formas en que se presentaron. El autor de este trabajo buscó a la empresa para tener su versión, pero no hubo éxito.

1.8. La publicidad oficial

En 2007 los recursos del gobierno federal para promocionarse en Notmusa bajaron considerablemente.

De acuerdo a información obtenida vía transparencia, el dinero público autorizado para ese año fue de cinco millones 340 mil 550 pesos, lo que representó apenas el 45 por ciento de lo asignado en 2006, que fue de 11 millones 715 mil 620 pesos.[32]

Un total de nueve instituciones no contrataron con Notmusa en 2007 con respecto al año anterior.

[32] Sin autor. "Recursos autorizados a Notmusa. Ejercicios fiscales 2006-2009", información obtenida de la Subsecretaría de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación a través de la solicitud 0400101910 fundamentada en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Entidad	Inversión 2006/ Miles de pesos	Inversión 2007/ Miles de pesos
Instituto Nacional para la Educación de los Adultos	1,082.33	0
Instituto Mexicano del Seguro Social	534.51	0
Coordinación Nacional del Programa de Desarrollo Humano y Oportunidades	205.34	0
Procuraduría Federal de Protección al Ambiente	165.9	0
Secretaría del Trabajo y Previsión Social	162.44	0
Centro Nacional de Equidad en Género y Salud Reproductiva	158.11	0
Secretaría de Salud	107.97	0
Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales	107.36	0
Fondo Nacional de Fomento al Turismo*	92.87	0

* En diarios editados en el DF, el resto corresponde a estados

Según se desprende de la información oficial proporcionada, 13 instituciones redujeron sus recursos para difundir sus actividades en la casa editorial durante 2007.

Entidad	2006/Miles de pesos	2007/Miles de pesos
Luz y Fuerza del Centro	386.1	43.48
Petróleos Mexicanos*	519.86	53.99
Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro*	79.07	62.26
Secretaría de Turismo	82.38	69
Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte	178	84
Instituto Nacional de las Mujeres	130	99.99
Instituto Mexicano de la Juventud	140.97	117.3
Secretaría de Hacienda*	534.27	120.7
Lotería Nacional para la Asistencia Pública	552	281.2
Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro	357.08	281.2
Secretaría de Hacienda	930.62	374.93
Lotería Nacional para la Asistencia Pública	894.07	403.49
Pronósticos para la Asistencia Pública*	1,424.16	896.59

* En diarios editados en el DF, el resto corresponde a estados

En 2008 las condiciones mejoraron al autorizarse 23 millones 318 mil 370 pesos, lo que representó el doble de lo invertido en 2006.

Para 2009 el gobierno federal destinó 11 millones 848 mil 640 pesos en publicidad pagada en Notmusa, cifra similar a la de 2006.

La fuente mencionada asegura que en 2007 el gobierno federal suspendió el ingreso de 14 millones de pesos a Notmusa por concepto de publicidad. La versión fue respaldada por Francisco Cruz.

El periodista Jenaro Villamil tuvo conocimiento de ese congelamiento y lo echó al papel en el número 1616 de la revista *Proceso*, aunque indicó que se trató de 10 millones de pesos.[33] Sin embargo, en ninguno de los tres casos hay documentación que respalde la aseveración.

Según la fuente, el área de comercialización recibió como argumento una supuesta reorganización de los paquetes de publicidad que el gobierno preparaba para los medios con motivo del Primer Informe de Gobierno de Felipe Calderón.

Supuestamente el personal de comercialización trató de buscar a Maximiliano Cortázar, entonces coordinador de Comunicación Social de Presidencia y a Juan Ignacio Zavala, cuñado del presidente Calderón, para reactivar la publicidad.

Publicidad federal en medios impresos

La publicidad del gobierno federal en publicaciones impresas mantuvo su tendencia a la baja en 2007, según *Etcétera*.

La revista especializada en medios de comunicación informó en sus ediciones de septiembre y noviembre de ese año que había un subjercicio del gobierno federal en el gasto programado en esta materia.

[33] Villamil, Jenaro. "La autocensura se impone" en revista *Proceso*, número 1616, 21 de octubre de 2007, México, DF, p.69

De acuerdo a información obtenida vía transparencia, *Etcétera* documentó que de enero a agosto la administración de Felipe Calderón llevaba gastado sólo el 29 por ciento de los tres mil 700 millones de pesos autorizados para la publicidad en medios en 2007; es decir, a cuatro meses de acabar el año había un subjercicio del 71 por ciento.

En dos meses, julio y agosto, el gobierno gastó casi el doble de lo que invirtió de enero a junio; es decir, en el primer semestre del año el Ejecutivo gastó 210 millones 219 mil pesos, y entre julio y agosto erogó 407 millones 54 pesos.

En los medios impresos, *Reforma* se ubicaba como el diario con mayores ingresos por la publicidad institucional (entre julio y agosto obtuvo 5 millones 640 mil 300 pesos. *Proceso*, en cambio, obtuvo entre enero y junio sólo 110 mil 980 pesos.

De acuerdo a *Etcétera*, la publicación *Vértigo* (de TV Azteca) había recibido siete veces más recursos que *Proceso* en el periodo analizado.

Etcétera cuestionaba la discrecionalidad del gobierno en la distribución de la publicidad y, en el caso del semanario político fundado por Julio Scherer, no veía otra razón que un boicot por su contenido editorial.

" (…) ni siquiera a partir de los criterios técnicos que justifican las pautas sólo a partir del tiraje, pues en el padrón de medios impresos certificados que elabora la propia Segob, el promedio de circulación pagada de *Proceso* es de 54 mil 444 ejemplares, mientras que el de *Vértigo*, según el mismo padrón, es de 49 mil ejemplares".[34]

Etcétera también documentó el estancamiento paulatino del gasto en publicidad oficial para revistas de corte político y cultural nacionales, a las internacionales les fue mejor.

[34] Carriedo, Luis Miguel y Laura Islas Reyes. "Publicidad oficial, subejercicio inexplicable" en revista *Etcétera*, edición 85, noviembre, 2007, México, DF, versión para internet. Tomado del sitio: http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=171 y consultado el 30 de diciembre de 2010

Según Marco Levario Turcott, especialista en medios y director de *Etcétera*, el porcentaje del presupuesto público destinado a las revistas fue similar en los tres primeros años de la administración calderonista; es decir alrededor del 2.4 por ciento del gasto total para publicidad en medios.[35]

Ya en octubre de 2008 *Etcétera* daba cuenta de la reducción del gasto público para publicidad en revistas nacionales; sin embargo, Editorial Televisa fue la más beneficiada en la repartición de la publicidad.[36]

Jorge Guzmán Acosta, ex editor de la sección metropolitana, destaca la ausencia de personalidad del diario y la consecuente incertidumbre por parte de anunciantes.

"Influyó los bandazos que daba el periódico y que no sabían a quién vendérselo, y eso fue un defecto de todo el proyecto, estuviera el director que estuviera, bandazos que te impiden tener un mercado en el que diga el anunciante: 'este es mi mercado' ", apunta.

Guzmán Acosta cree que hubo una falta de interés y compromiso por parte del equipo de comercialización de Notmusa. "*Récord* se vende solito y no les interesaba vender más", sostiene.

Fernando Martínez González, ex editor que como Jorge estuvo de principio a fin, estima que el diario no tenía bien focalizado lo que mercadólogos y publicistas llaman *target*. Eso dificultó el trabajo de las personas encargadas de la comercialización del producto, a quienes les critica su supuesta falta de interés o creatividad:

---

[35] Turcott, Marco Levario. "Las revistas, fuera de la publicidad institucional" en revista *Etcétera*, 30 de septiembre de 2009, México, DF, versión para internet. Tomado del sitio: http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=1526 y consultado el 30 de diciembre de 2010.

[36] Sin autor. "Revistas, al margen de la publicidad gubernamental" en revista *Etcétera*, 1 de octubre de 2008, México, DF, versión para internet. Tomado del sitio: http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=134 y consultado el 30 de diciembre de 2010.

"Por un lado no tenían un esquema de ventas como para acercar a los que se anunciaban en *Récord* y pagaban, que no son todos; acercarles este nuevo producto editorial y manifestarles sus ventajas comparándolos con los otros que ya había y complementándolo con lo que ya ofrecía *Récord*".

Carolina Pavón Jiménez asegura que pese a la escasa publicidad, natural para un medio nuevo, hubo casos en que los anuncios de una edición pagaban la nómina de la redacción.

La ex jefa de información piensa que a Notmusa le faltó invertir más publicidad en el nuevo tabloide; cree que la empresa confió en que los anunciantes de sus otras publicaciones podría llevarlos a *El Centro*, pero se requería una publicidad particular para un diario de información general.

1.9. Prepara Notmusa cambio de timón

A pesar de la aparente pluralidad e imparcialidad política, Carlos Flores pidió a sus editores un balance en la cobertura.

Según Héctor Zamarrón, el subdirector editorial, al director general de Notmusa le parecía que el diario destacaba la información relacionada con Andrés Manuel López Obrador --y no precisamente crítica-- por encima de otros personajes o contenidos. Sobre este punto hay impresiones encontradas de reporteros y editores.

Gabriel Pérez, quien fuera coordinador editorial en la segunda y última etapa del diario, vio, como Salvador Camarena, un periódico enfadado con la clase política en el poder. "Le decían en el medio *La Jornada* a colores", menciona.

Sheila Amador recuerda la cobertura crítica que la reportera Carina García hizo del PRD y del ex candidato presidencial, un tratamiento editorial al que no podría calificar de *lopezobradorista*.

Sheila considera que no se cargó la crítica hacia un lado en particular, pues, dice, lo mismo se puso la lupa sobre el gobierno federal que en el Jefe de Gobierno del DF y su entonces esposa.

Ulises Castellanos, el ex coordinador de fotografía, califica a Miguel Castillo como un "muy buen director" que le dio un énfasis político y social al diario que no esperaba Notmusa.

Sin embargo, no cree que el diario tuviera una posición belicosa con el poder político. "Se hizo un periodismo crítico, pero respetuoso", afirma.

Jorge Guzmán vio un diario de tono *anticalderonista*, pero no necesariamente afín a la izquierda encabezada por Andrés Manuel López Obrador, aun cuando había jefes que, sostiene, simpatizaban con el ideario político del tabasqueño.

Lo cierto tanto para Jorge Guzmán como para Gabriel Pérez es que el director Miguel Castillo mantuvo su propuesta editorial intacta, sin atender las supuestas recomendaciones que hizo Carlos Flores para abrirlo más al infoentretenimiento, el sello de la casa.

Bajo la óptica de Jorge Guzmán, el director del diario apostó a que convencería al director general de Notmusa de que su oferta editorial era la correcta:

"La idea que se compró Miguel primero es: 'Yo voy a hacer el periódico que quiero hacer y tarde que temprano Carlos Flores se va a convencer de que este es el proyecto'. Me pareció un exceso de soberbia de Miguel Castillo de retar así a quien pone el varo".

Al respecto Gabriel Pérez comenta: "Miguel nunca, o no sé si Miguel, Caro, Ale, y en fin el equipo, o sólo Miguel, nunca hicieron caso de las recomendaciones que les estaba haciendo la dirección general para cambiar la línea editorial, y fueron muchos meses aguantando ese no cambio".

Carolina Pavón es contundente al responder sobre este punto. Jamás, dice, se desobedecieron las instrucciones o recomendaciones de Carlos Flores, pues siempre se entendió quién era el dueño.

La ex jefa de información afirma que el director general de Notmusa no sabía qué tipo de diario quería ver reflejado en las páginas de *El Centro*, y sin embargo avalaba el contenido editorial crítico que ofrecían los reporteros.

Dice que Carlos Flores dio luz verde a la nota que ella consiguió sobre el suegro del presidente Felipe Calderón, Diego Heriberto Zavala Pérez. Y como esa, agrega, muchas notas y fotos de portada fueron autorizadas por él y nunca pidió que se parara una nota o que se ofreciera una disculpa.

En su argumentación Carolina apenas asoma lo que probablemente pudo disgustar a Carlos Flores:

"Lo que él quería de infoentretenimiento estaba en el periódico; sin embargo, creo que él quería inyectarle eso a todas las secciones, pero en una sección como nacional no lo puedes hacer. No puedes hacer chunga de algo serio".

En la segunda y última etapa del tabloide sí se hizo.

Francisco Cruz, ex editor general, sostiene que *El Centro* informaba lo bien o mal que hacía una persona o institución, sin importar el grupo político al que pertenecía o se le ligaba.

Cruz Jiménez cree que en todo caso el error fue de Carlos Flores al contratar a una persona como Miguel Castillo para armar y conducir su nueva publicación:

"Yo supongo que conociendo a Miguel Castillo, como todo mundo lo conoce, habría sido muy iluso pensar en contratar a Miguel para hacer un periódico de información general y pensando que iba a ser infoentretenimiento porque no es su ramo".

A los ojos de Jorge Guzmán, Carlos Flores no tenía la más mínima intención de echarse encima a funcionarios. Lo que menos que quería era confrontarse con los gobiernos porque *El Centro* era un negocio para él, no un instrumento de poder para golpear o coquetear con políticos:

"Cuando *El Universal*, *Milenio*, *Excélsior*, etc, se echan un torito de esos tienen todo el respaldo de la empresa y saben que lo van a tener. Aquí Carlos Flores no quería echarse esos toritos. Nos dejaba hacer, no se metía en la manufactura del periódico, como en ningún otro medio he visto que un dueño esté tan alejado de las decisiones editoriales, pero por lo mismo, porque a él lo que le interesaba era el dinero, el negocio. Y de pronto le resultó muy incómodo y poco productivo".

Carolina Pavón considera que después de las supuestas reacciones del poder político Carlos Flores decidió reducir el carácter crítico del periódico y llevarlo aún más hacia el infoentretenimiento.

Según el periodista Luis Guillermo Hernández, el director general de Notmusa no quería un periódico golpeador, que investigara, cuestionara y se peleara con el poder político, "eso nosotros nunca lo entendimos, y en eso creo que Miguel se equivocó".

Miguel Castillo, agrega, halló un espacio para hacer su periodismo, pero "ese fue su gran error, y también el nuestro" porque fue un periodismo que no correspondía a lo que quería la empresa.

El director general de Notmusa optó por darle un giro a su periódico y buscar a un director que sí reflejara en las páginas lo que él quería. ¿Qué buscaba? No quedó claro, lo único cierto es que ya no quería la propuesta de Miguel Castillo.

Para agosto los diálogos entre Carlos Flores y Miguel Castillo desaparecieron. El director de la empresa prefirió que Alejandro Gómez, finalmente su director de Diarios, fuera el intermediario.

Carlos tomó el teléfono y tecleó de nuevo el número del primer candidato.

-¿Hola, quién habla?

-¿Salvador Camarena?

-Sí.

-¿Cómo te ha ido?

-¿Quién habla?

-Carlos Flores de Notmusa.

De ese diálogo salió una cita para comer posteriormente en el restaurante Cosalá, en Polanco.

-¿Cómo nos ves?, habría preguntado Carlos.

-La verdad es que no los veo, contestó Salvador.

-No, no seas así.

-No, la verdad Carlos, es que lo que no fue mío, pues no fue mío.

-Hombre, pero algo habrás visto.

-Sí claro, me dedico a esto, claro que algo habré visto. Creo que traen una agenda muy convencional y a mí no me interesa ver algo que ya veo en *Reforma* o *La Jornada*.

Salvador observó mucha carga “combativa” en el tabloide, lo sentía enojado, belicoso. A su juicio debía ser equilibrado, saberse retirar, cuestionar y divertirse, comportamiento que, según él, no ocurría.

Carlos dijo no sentirse tranquilo, quería un cambio de timón. Por eso estaba ahí, comiendo con Salvador frente al Parque Lincoln. Era el inicio de la nueva negociación.

Capítulo 2

Víctor Hugo O'Farril: la entrevista incómoda

En octubre de 2007 el tabloide publicó una larga entrevista a un ex socio y ex ejecutivo de Televisa, Víctor Hugo O'Farril.

O'Farril, quien había terminado mal con la televisora, aprovechó la grabadora de *El Centro* para criticar las telenovelas de la empresa y el trabajo de su presidente, Emilio Azcárraga Jean. Después de la publicación apareció en la contraportada una insólita réplica anónima que descalificaba al productor.

Además, jugadores de futbol profesional y artistas vinculados a la televisora recibieron la orden de no hablar con reporteros de Notmusa. La medida buscaba mermar el trabajo periodístico de dos de las más exitosas publicaciones de la firma editorial: *Récord* y *TV Notas*.

La entrevista con O'Farril, desequilibrada para algunos de los entrevistados, aceleró el despido de Miguel Castillo como director editorial del periódico, ya que desde un par de meses antes Notmusa preparaba un cambio en la conducción y perfil del tabloide.

2.1. Despotrica O'Farril contra Televisa

En 2007 la televisora festejó con una serie de especiales los 50 años de la telenovela en México, una industria creada en el país por la empresa y exportada al mundo debido a su éxito.

El Centro aprovechó la celebración para hacer una cobertura que fue encomendada a Víctor Hugo Sánchez Camacho, reportero que había trabajado con Televisa y de la que fue incluso su jefe de prensa. Con más de dos décadas en la fuente de espectáculos, el periodista conocía bastante bien las puertas importantes de la empresa.

El seis de julio *El Centro* dio un espacio extraordinario a un paquete de notas reporteadas por Víctor Hugo sobre la caída del rating en las telenovelas de Televisa y TV Azteca.

La cabeza de la nota principal de portada fue "Telenovelas en crisis"[37] y venía acompañada por citas textuales de Emilio Azcárraga Jean, presidente de Televisa, y Martín Luna, director de Telenovelas de TV Azteca.

El tema ocupó cuatro páginas en el llamado "Epicentro", la sección donde se desplegaba la nota principal del tabloide, cuando generalmente se utilizaban sólo dos. El tema también fue nota principal de "Coordenadas de los Espectáculos", sección en donde se usaron dos páginas.

El argumento central de la nota en el "Epicentro" era que en cuatro meses Televisa había perdido hasta cuatro millones de televidentes en el horario de las telenovelas juveniles y la barra de comedia, y que esa cifra no había sido capturada por TV Azteca, pues ésta sólo mantuvo su audiencia.

Según la nota, el público prefería la programación de la televisión privada o el internet a las propuestas de las televisoras.

El paquete del "Epicentro" incluía cuatro gráficos sobre cómo se miden las audiencias a través del rating y el sharing, además de una encuesta hecha por el equipo de Notmusa y 11 entrevistas con productores y directores de telenovelas, tanto de Televisa como de TV Azteca.

Las opiniones incluían a Emilio Azcárraga Jean, de quien se destacó la frase: "Es un reacomodo, de repente hay problemas en el rating, pero nosotros siempre estamos trabajando por tener un mayor rating, teniendo los mejores programas que se produzcan, para eso trabajamos y trabajaremos. No es cuestión nada más si de el rating corta cabezas o

[37] Sánchez, Víctor Hugo. "Crisis en el Hollywood de las telenovelas" en *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 124, 6 de julio de 2007, pp.2-3.

no, creo que la producción mexicana tiene una calidad de exportación que ha demostrado durante todos estos años, y el dar oportunidades para crear nuevos conceptos es en lo que estamos trabajando".[38]

En la sección de entretenimiento y farándula se abundó en el tema con la nota "Rating, el número de la bestia", en donde se exponían algunas de las acciones que emprendería Televisa para recuperar a las audiencias; además se mostraban los perfiles del televidente según la firma Ibope y se enlistaban las películas, series, partidos deportivos, programas y novelas con mayor rating entre 1999 y 2005.[39]

Para rematar, en otra página de la sección una nota de Víctor Hugo informaba de las series de televisión extranjeras que TV Azteca estrenaría, empresa que supuestamente se le había adelantado a Televisa en la exhibición de este tipo de contenidos.[40]

Era imposible imaginar que Televisa ignorara un despliegue informativo de tal magnitud.

"Ese reportaje hace que Televisa volteé a ver *El Centro*. No nos habían leído, no nos seguían, no estábamos en su agenda y gracias a ese reportaje voltean a vernos de TV Azteca, Canal 11, Cablevisión, de muchos lados, y el reportaje lo retoman en revistas de otro perfil", comenta Víctor Hugo.

La cobertura del tema gustó tanto a las cabezas de Notmusa que pidieron a Rubén García, coordinador editorial de espectáculos, mantuviera ese nivel, asegura Víctor.

---

[38] Sánchez, Víctor Hugo. "Productores y directores buscan al malo del cuento" en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 124, 6 de julio de 2007, México, DF, p.4

[39] Sánchez, Víctor Hugo. "Rating, el número de la bestia" en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 124, 6 de julio de 2007, México, DF, p.42.

[40] Sánchez, Víctor Hugo. "TV Azteca estrena series", en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 124, 6 de julio de 2007, México, DF, p. 45

La corona de la cobertura sería un reportaje que incluyera a Emilio Azcárraga Jean, presidente de Televisa; José Bastón, presidente de Televisión y Contenidos; Jorge Eduardo Murguía, vicepresidente de Producción, o ejecutivos de un calibre similar. Esa era la encomienda para Víctor Hugo.

Sin embargo, la nota sobre los bajos ratings no fue bien recibida por la televisora y empezó a cerrarse ante la grabadora del reportero:

"Busco a Pepe Bastón (presidente de Televisión y Contenidos), a Alberto Ciurana (vicepresidente de Programación), a todo mundo. Tenía la facilidad de entrar a Televisa en aquel entonces, me los encuentro frente a frente y no me dan las entrevistas, me dan largas y largas".

Víctor entrevistó al productor Valentín Pimstein, quien ofreció una historia positiva de la industria creada por Televisa. El reportero creyó que el trabajo relajaría a la televisora, pero no fue así porque las puertas de los grandes ejecutivos permanecían cerradas.

Y se cerraron más con la que fuera la antesala a la entrevista que desencadenaría la reacción de Televisa. El 26 de septiembre, mes en el que la televisora inició su celebración, *El Centro* publicó una conversación con Martha Oliver, quien fuera la directora de Casting por casi 10 años durante la llamada "época de oro" de las telenovelas en México.

Oliver descalificó el trabajo de producción de Televisa al declarar que estaba llena de administrativos y no de creativos, que la empresa había perdido la esencia del arte y que le importaba sólo el dinero y los números.

Víctor Hugo insistió en el argumento que escribió en sus anteriores textos: Televisa padecía una crisis de audiencia. "¿A cuántos países llegaron en aquella época?", preguntó a Martha Oliver:

"¡A 90 nomás! Ahora apenas venden en 30 países… Hay una gran diferencia. Hoy de repente una novela les sale buena, pero algunas dices ¡qué horror! La novela es un trabajo de equipo y eso es lo que no hay en Televisa, está llena de chavos high, cada quien trabaja para sí mismo, para su santo".[41]

La ex ejecutiva de Televisa, quien dijo haber sido despedida por su amistad con el personaje que más adelante entrevistaría el periodista, comparó los niveles de rating que había cuando ella trabajaba para la televisora y los que había en 2007.

Oliver criticó las nuevas metodologías que, según las notas del reportero, Televisa empleaba para hacer producciones exitosas:

"(Valentín) Pimstein salía a la calle, viajaba en taxi y preguntaba si veían la novela; iba al pueblo de verdad, no como las encuestas, los focus group, que son una pendejada, ¡la verdad, invitan a pura gente que no tiene ni idea de nada! Ahora todos esos productores son high, incapaces de preguntarle a nadie cómo va una novela".[42]

Durante la entrevista Martha Oliver fue abonando el terreno para la siguiente conversación del reportero. Este es un ejemplo, una frase citada casi al final de texto:

"(…) En realidad, la época de oro de las telenovelas fue la de Víctor Hugo O´Farril porque se arriesgaba, le deban argumentos y decía: 'Va, la hacemos', alguien decía; hoy no."[43]

Una vez apagada la grabadora, Martha sugirió al reportero que buscara a Víctor Hugo O'Farril, aquel que fuera despedido de Televisa y por el que ella perdiera el trabajo cuando supuestamente un empleado cercano a Azcárraga Milmo los vio comiendo juntos.

[41] Sánchez, Víctor Hugo. "El drama de hoy: Televisa llena de chavos high" en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 206, 26 de septiembre de 2007, México, DF, p. 38
[42] *Idem.*
[43] *Idem.*

O’Farril fue vicepresidente de producción de Telenovelas y además socio de Televisa. Víctor y O’Farril habían trabajado juntos hace años, pero el periodista ignoraba si el empresario le haría caso.

Martha Oliver se ofreció como intermediaria para la solitud de la entrevista y obtuvo un sí por parte de O’Farril.

Llamó al miembro de Notmusa para informarle que el productor de melodramas lo ubicaba bien, que recordaba cuando lo apoyó en *El Heraldo de México* tras su salida de Televisa y que le daría la entrevista.

Martha proporcionó a Víctor Hugo un número telefónico para localizar a O’Farril. La entrevista se pactó para el domingo 9 de septiembre en el rancho del productor, en el Estado de México.

Tras la comida ofrecida en el rancho, Víctor Hugo O’Farril le dijo al reportero que le preguntara lo que quisiera. Habló por tres horas.

“Yo al haber trabajado en Televisa muchos años conozco las entrañas, sé sus puntos débiles y evidentemente sé dónde les duele y dónde no les duele. Y no porque tuviera yo una afán de pegarles.

“Yo lo que quería era provocar una información valiosa para que los otros contestaran. En realidad estaba buscando, primero, escribir la página que no se había escrito de O’Farril, y segundo, escribir algo para que Televisa volteara y me diera las entrevistas de los 50 años (de las telenovelas), que era por lo que me estaban presionando en el periódico”, dice Víctor Hugo.

Apenas abandonó la propiedad de O’Farril, Víctor Hugo llamó a Rubén García para informarle del oro molido que traía en la grabadora y le pidió un espacio destacado en el periódico.

La transcripción de la entrevista se llevó 24 cuartillas, exageradas como para publicarlas en un diario, así que luego de un primer trabajo de edición de Rubén García se redujeron a 21. Aún eran demasiadas.

El coordinador de espectáculos la llevó al escritorio de Miguel Castillo con el objetivo de alcanzar la portada:

"Voy con Miguel, le digo: 'Oye hay este tipo de información, es muy importante'. La empezó a leer y dijo: 'No pues sí'. Quien la editó el día que la sacamos fue Zamarrón. La dinámica de trabajo indicaba que cada vez que traías algo muy fuerte lo mostrabas para ver si podía pelar un espacio en portada."

Víctor Hugo dice al respecto:

"Yo hasta donde entiendo la leen Paco Cruz, (Héctor) Zamarrón y según yo Miguel (Castillo) y Alejandro Gómez, porque era muy delicado que saliera una cosa así. La autorizan que vaya en dos partes, que vaya con fotos, que vaya súper destacado y sale la primer parte".

Héctor Zamarrón, el ex subdirector editorial, no recuerda con precisión si editó la entrevista ese domingo previó a la publicación, aunque, a tres años de lo ocurrido (fue entrevistado en 2010), supone que sí:

"No recuerdo con exactitud, yo debí de haberla visto. Lo mismo, bueno no sé si Paco Cruz trabajó ese día o no, creo que ese día descansó. Creo que a Miguel lo enteraron de que se iban a publicar eso, tampoco estoy muy cierto".

El viernes 28 de septiembre de 2007 –tres días antes de la publicación-- editores y coordinadores se reunieron en casa del director de Diarios, Alejandro Gómez, para hacer una autoevaluación de sus respectivas secciones.

Ahí escucharon las necesidades de la empresa y expusieron sus propuestas. Gómez opinó sobre el trabajo de cada área, entre ellas espectáculos. Su evaluación no fue del todo positiva, pues consideró que a la sección le faltaba agresividad.

"Me dijo: 'Tú estás muy suavecito, yo no veo notas, no veo madrazos, no veo nada importante; sí sacas notas como interesantitas, pero nada que conmueva al mundo' ", comenta Rubén García.

El coordinador de espectáculos defendió su trabajo al enlistar las notas que a su juicio consideraba relevantes.

-No, te veo muy flojo, necesito más cosas, que te metas realmente, que des auténticos madrazos a Televisa. Métete en la porquería de Televisa, no les tengas miedo, habría contestado Alejandro.

-Ok, yo nada más te avisó que hay una entrevista muy buena que va a salir el lunes, reviró Rubén.

El responsable de espectáculos *cantó* entonces las declaraciones de Víctor Hugo O'Farril, pero el director de Diarios no mostró el interés esperado.

Desde que fue invitado por Alejandro, Rubén García marcó su distancia con el periodismo "de bikinis", como él le llama, hecho por TV Notas.

Rubén tomó la decisión de salir de *Reforma* para sumarse al nuevo periódico luego de que a Gómez le agradara su propuesta editorial.

Habían convenido, según Rubén, que el periodismo de escándalos lo mantendría la publicación entonces a cargo de Matilde Obregón y que la sección de espectáculos de *El Centro* haría "periodismo serio".

Para el domingo 30 Rubén tenía casi lista la edición de la entrevista. Ese día sólo afinó algunos detalles y, afirma, la pasó a Héctor Zamarrón para que éste la revisara y diera una última edición.

El lunes primero de octubre apareció la primera de dos partes de la entrevista con Víctor Hugo O'Farril. No se llevó la portada, sólo un llamado a páginas interiores.

Como escribió Víctor Hugo Sánchez, el productor abrió fuego a la primera pregunta sobre su salida de Televisa hace más de 20 años: "Emilio Azcárraga (Milmo) me traicionó y se traicionó a sí mismo".[44]

O'Farril repartió para todos: la producción de melodramas en Televisa, sus niveles de audiencia, el presidente Calderón, el ex mandatario Vicente Fox, actores petulantes, TV Azteca y Cadena 3.

El productor acusó a Jorge Eduardo Murguía, vicepresidente de Producción de Televisa, de no saber de producción.

Consideró que no había una cabeza que dirigiera al departamento encargado de la creación de los melodramas y que la empresa no buscaba nuevos escritores con el fin de mejorar las historias.

Declaró que el supuesto bajo éxito de las telenovelas de Televisa se debía también a que subestimaron su trabajo como creador.

"Para empezar, nunca me preguntaron cómo lo hacíamos. Lo vieron tan fácil que pensaron que no éramos necesarios".[45]

[44] Sánchez, Víctor Hugo. "El Tigre me traicionó: Víctor Hugo O'Farril" en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 211, 1 de octubre de 2007, México, DF, p. 34.
[45] *Idem.*

El reportero lanzó la primera provocación. Preguntó al entrevistado si a las cabezas les hacían falta pantalones. O'Farril respondió que sí, que quien estaba al frente del equipo de producción carecía de autoridad.

El empresario veía anarquía entre los productores de la televisora, quienes actuaban como "un señor feudal que tiene su reinito" precisamente por la ausencia de una cabeza.

A Ricardo Salinas Pliego, presidente de TV Azteca, le criticó que manejaba su empresa como un Elektra, pues no estaba formado en el negocio de la televisión.

Luego soltó un dardo más a Televisa al pronunciarse por la reducción de sus canales.

"Sería fantástico que a Televisa le quitaran dos canales y abrieran una tercera cadena de televisión, pues no están haciendo nada con los dos canales que le sobran, tienen programación, pero verdaderamente nada que incite a la competencia".[46]

Sugirió que esas dos frecuencias se les dieran a un tercero para abrir la competencia en beneficio del público. El reportero mencionó que ya estaba Cadena 3, de Olegario Vázquez Raña.

"Con todo respeto, pero Olegario es comerciante, sabe vender muebles, pero hacer televisión… El mismo caso de Ricardo Salinas, la misma historia. Cuando Ricardo Salinas compra ese canal, crece Elektra, pero no está haciendo buena televisión", afirmó O'Farril.[47]

El productor se fue luego contra las autoridades y la regulación de las televisoras al asegurar que nadie ponía en acción la Ley de Radio y Televisión.

[46] Sánchez, Víctor Hugo. "Ya no queda quién los dirija: O' Farril" en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 212, 2 de octubre de 2007, México, DF, p. 43
[47] *Idem.*

Acusó supuestas relaciones perversas entre empresarios y funcionarios, pues los primeros manejaban la ley a su antojo o la ignoraban, y los segundos le tenían miedo a las televisoras.

Afirmó que ninguna autoridad hacía valer la ley, que no lo había hecho Vicente Fox ni lo hacía Felipe Calderón.

Al presidente de Grupo Televisa, Emilio Azcárraga Jean, también le tocó, pues O'Farril insistió en que no sabía producir televisión.

Aseguró que cuando lo despidieron todos le dieron la espalda y que Azcárraga Milmo advirtió que quien hablara con él sería despedido.

"Fue una sorpresa muy inesperada (sic) porque se había hablado todo lo contrario. La promesa de Milmo era que me iban a dar acciones, como a los demás hijos de los dueños y empecé a tener problemas con todos porque dejé de ser accionista para ser empleado. La gente cambió radicalmente. Le dije a Milmo: 'Me voy porque esto ya no me gusta… No, primero se van mis hijos antes que tú', me respondió. Sin embargo, a la semana me habló y me dijo: 'Hasta hoy trabajamos juntos… Tú eres el jefe', le dije y me salí."[48]

O'Farril removió el pasado presidencialista del país y recordó que el titular del Ejecutivo federal en el régimen priista "era un rey por seis años y había absoluto respeto a esa autoridad".

Según el productor, durante el conflicto estudiantil de 1968, el entonces presidente de Televisa, Emilio Azcárraga Vidaurreta, dijo en una reunión que los empleados de la empresa eran soldados del presidente.

[48] *Idem.*

El entonces dueño de Televisa habría dicho que los empleados podían opinar, pero tenían que salirse de la televisora "porque aquí lo ligan con la empresa".[49]

O'Farril consideró que el inmenso poder de Azcárraga Jean y Bernardo Gómez, vicepresidente ejecutivo de la televisora, los cegaba y que por ello eran los últimos en enterarse de lo que pasaba en Televisa.

Además sostuvo que fue su abuelo, Rómulo O'Farril, quien inauguró la televisión en México y no los Azcárraga.

En esa misma edición del primero de octubre, *El Centro* publicó un texto del reportero Víctor Hugo donde se criticaba el especial "Verdades y Mentiras" que Televisa transmitía sobre la telenovela en México.

Víctor Hugo consideró que en la más reciente emisión del programa Televisa se había hecho el "hara-kiri" al comparar las producciones de la llamada época de oro con la actual.

El periodista trató de evidenciar el desconocimiento de las actrices-conductoras sobre el trabajo de Víctor Hugo O´Farril –quien aparece en la emisión según la nota-- y criticó la omisión de temas con frases que parecían más de un artículo de opinión que de una nota.

"(…) cuando tuvieron enfrente a Víctor Hugo O´Farril, vicepresidente de producción de telenovelas de Televisa, quien llegó a la empresa en 1965, no en 1976 como señalaron, y no le preguntaron, ya que ese fue el tono: ¿cómo hicieron tantos éxitos, tantas estrellas? ¿Por qué hablamos de tiempos pasados como mejores a los que vivimos?

[49] *Op. Cit*., p.44.

"Nadie se atrevió. Y nadie dijo: 'O'Farril era el que tomaba las decisiones, el que arma los elencos, equipos de producción'. Nadie. (…), a quien por primera vez le dan la pantalla en la empresa de Emilio Azcárraga Jean, pero no hablaron de su salida de Televisa ni dijeron 'este señor, con su equipo que también salió de San Ángel, fue el verdadero artífice de tantos y tantos éxitos' ".[50]

Ese lunes primero de octubre de 2007 Víctor se comunicó con O'Farril. El productor estaba contento con la publicación porque *El Centro* no eliminó o modificó nada de lo dicho frente a la grabadora.

El reportero no recibió llamada alguna por parte de Televisa ese día, ni tuvo conocimiento de que la empresa se hubiera comunicado con Notmusa. La aparente inacción de la televisora le hizo pensar que aún no se habían enterado los ejecutivos de la entrevista, o que si la leyeron prefirieron contener la ofensiva.

2.2. La reacción de Televisa y Notmusa

A las nueve de la mañana del martes dos, con la segunda parte de la entrevista en circulación, la reacción de Televisa se anunció en el celular de Víctor Hugo.

-¿Ya viste lo que hiciste?, dice un ejecutivo (cuyo nombre se reserva Víctor Hugo).

-Yo no, ustedes.

-No, es que te pasas, ¿cómo haces eso?

-No lo hice yo. Yo les pedí a ustedes entrevistas y no me las han dado. Este cuate de sus 50 años, 27 son de él porque era el vicepresidente de Telenovelas. Ustedes no quisieron darme una entrevista, la supliqué, la pedí y pues ya salió.

[50] Sánchez, Víctor Hugo. "Para la TV: lo que un día fue, no será" en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 211, lunes 1 de octubre de 2007, México, DF, p. 41.

-Pues las consecuencias van a ser graves.

-Pues las que sean, es el ejercicio de mi trabajo y sé el terreno que piso.

Víctor llamó a Rubén para informarle lo que ocurría, quien contestó que en Notmusa aún no había reacciones, pero el reportero estaba seguro de que algo pasaba en la empresa.

Luego llamó a O'Farril para comentarle de la llamada de Televisa.

"Me dijo: 'Que no se metan conmigo porque les saco cosas que no dije. Víctor Hugo yo te di la entrevista, estoy consciente, tú tienes la grabación y lo sostengo. Si tienes pedos en el periódico me avisas", recuerda el periodista.

Ese martes Víctor Hugo fue al periódico y por la tarde, en el elevador, se encontró a Carlos Flores, a quien conocía por años gracias a la industria del entretenimiento y con el que incluso había compartido viajes de trabajo.

-Hola Carlos buenas tardes, ¿cómo estás?, saludó el reportero.

-¿Cómo quieres que esté? Encabronado, habría dicho el director general de Notmusa.

-Yo no quiero que estés de ninguna forma, sólo fue un saludo Carlos, nada más.

-A ver qué hacen para arreglar su pendejada.

-Pues tu gente, yo soy el último de la fila.

Bajaron en sus respectivos pisos sin más palabras de por medio. La jornada laboral había terminado para Víctor Hugo.

Fue hasta la tarde del miércoles 3 cuando la respuesta de Notmusa llegó al lugar del periodista. Una persona de Recursos Humanos lo abordó para pedirle que lo acompañara a un cubículo.

Víctor activó su grabadora sin que el personal de Recursos Humanos se diera cuenta.

-¿Qué pasó, cómo está el asunto?, preguntó Víctor.

-Sabemos que tú trabajas con O'Farril entonces cometiste una falta, te pido que me firmes tu renuncia, habría dicho el miembro de Recursos Humanos.

-Yo no trabajo con O'Farril.

-Se dice que tú recibiste un dinero por esa entrevista.

-Pues entonces te tocó a ti porque fueron siete páginas, y le tocó a mi jefe. No digas pendejadas, dímela, ¿quieres que renuncie? No voy a renunciar.

Víctor dijo en aquel espacio que no había manera de que le comprobaran el supuesto contubernio con O'Farril, que no renunciaría porque no había cometido alguna falta profesional y que si lo corrían exigiría la liquidación correspondiente.

-Mira te estoy grabando, tú hazme un pedo y tú sabes cómo te va a ti y a todo el pinche periódico.

-¿Cuánto quieres?

-Lo que me corresponde por ley, yo firmé un contrato, llevo ocho meses aquí y tengo derechos, es más, no te compliques.

Víctor tomó su teléfono, marco a su abogado y puso el altavoz.

-Oiga licenciado fíjese que estoy aquí con Recursos Humanos y me quieren correr y quieren que les firme una renuncia.

Mándelos a la chingada, no firme nada, se escuchó por el aparato.

-Pues lo están oyendo.

Sí, mándelos a la chingada, sálgase, agarre sus cosas y resolvemos.

-A ver, ¿cómo vamos a resolver esto?, habría preguntado el de Recursos Humanos.

-Pues ya te dije, nada más dame lo que por ley me corresponde. Ya oíste al licenciado.

Asesorado por su abogado, Víctor Hugo llegó a un acuerdo monetario con la empresa para desactivar el inicio de una demanda laboral. Luego de su despido, O'Farril le ofreció trabajo, pero no lo aceptó.

Rubén García, el coordinador editorial de la sección de espectáculos, tiene una versión distinta sobre el tiempo en que aparecieron las reacciones. Asegura que el lunes primero de octubre llegó a su lugar de trabajo en el tercer piso del edificio de Notmusa, el mismo donde está el equipo de *Récord*.

No fue un buenos días lo primero que escuchó, sino que Alejandro Gómez lo estaba buscando.

Entró a la oficina del director de Diarios, en donde ya estaba Héctor Zamarrón.

-¿Estarás contento verdad?, habría cuestionado Alejandro Gómez.

-¿De qué?, contestó Rubén.

-¿De lo que hiciste?

-Oye Alejandro perdóname, no vamos a jugar a las adivinanzas. ¿De qué me estás hablando?

-¿Pues ya viste lo que provocó lo que publicaste?

-¿Está buena no?, contesta Rubén con sorna.

- Me acaba de hablar el dueño para decirme que tenemos un problema encima y claro, tú no vas a solucionarlo, lo tengo que solucionar yo. Acaban de vetar a todo Notmusa por tu culpa, llámese revistas o periódicos. Tú chiste nos dio en la torre a todos.

Contrariado, Rubén contestó que ya estaba lista la segunda parte de la entrevista y que se publicaría el día siguiente. Enfatizó que no se mandaba solo, pues arriba de él había editores que habían revisado el texto.

Según el ex coordinador de espectáculos, en ese diálogo Alejandro Gómez dijo que Miguel Castillo y Víctor Hugo Sánchez habían sido despedidos.

Rubén contestó que entonces renunciaría al periódico, sin embargo, Alejandro le aclaró que no lo estaba corriendo. El entonces director de Diarios de Notmusa indicó que se trataba de un asunto que se debía solucionar y que había que "echarle más ganas".

En su descargo, Rubén argumentó a Gómez Albarrán que esa entrevista que tanto le había molestado a Televisa tenía fuente, que estaba redactada en formato de pregunta y respuesta, que se contaba con el respaldo de la grabación y que ni si quiera se violó el llamado off the record.

Salió de la oficina de Alejandro con el peso de las miradas encima y se dirigió al sitio donde estaba Francisco Cruz y otros editores reunidos.

-¿Qué pasó?, habría preguntado Francisco.

-Pues que yo le di en la madre a esto, contestó Rubén.

De acuerdo al ex coordinador de espectáculos, los editores ahí reunidos le adelantaron que renunciarían al diario. Él haría lo mismo.

Luego de unos minutos, Rubén regresó a la oficina de Alejandro Gómez y le explicó las razones por las que no podía quedarse. Consideró que a quien debieron correr era él y no al reportero Víctor Hugo.

"Es como si culparan al reportero por haber hecho la entrevista. No señor, yo soy el responsable de la sección, yo edité, no Víctor Hugo. Antes que a todos tuviste que haberme corrido a mí y después te sigues para arriba", comenta en entrevista.

Rubén pensó que ya no contaría con el apoyo de Alejandro Gómez y se lo hizo saber. Ese día se quedó a editar sus pendientes, redactó su renuncia y el siguiente día la presentó no sin antes explicar a su equipo las razones de su salida.

El enojo de Televisa era un capítulo ya vivido por Rubén y Víctor Hugo, aunque desde diferentes trincheras. En 1999 la televisora vetó al periódico *Reforma*, donde Rubén trabajaba como reportero de espectáculos y del otro lado estaba Víctor Hugo, como jefe de prensa.

El Centro Nacional de Comunicación Social registró un hecho al respecto en el seguimiento que cada año publica sobre las agresiones y obstáculos a los medios de comunicación.

Víctor Hugo Sánchez había impedido la entrada de la reportera Ethel Álvarez, y del fotógrafo que la acompañaba, a la presentación de una nueva telenovela de Televisa. El jefe de prensa indicó que Manuel Compeán, director de Comunicación de la televisora, había ordenado impedir la entrada a periodistas de *Reforma*.[51]

"A mí me toca pendejamente de mi parte decirles están vetados y lo publican: 'Televisa veta a Reforma' (…). Sale tal putazo que Televisa tiene que doblar las manos", comenta Víctor Hugo sobre el caso.

Héctor Zamarrón, quien fuera el subdirector editorial de *El Centro*, no recuerda la reunión con Alejandro Gómez que describe Rubén:

"Hubo muchas reuniones, debe haber existido, no recuerdo que Alejandro haya dicho que vetaron a Notmusa porque yo me enteré, primero del veto de TV Notas, y ya después de que se había ampliado a todo el grupo y no fue inmediatamente después, debió haber sido en los días posteriores y quizá ahí hablamos de esto que te comentaba y ahí fue donde me enteré del reportero, porque Alejandro lo sacó a colación y nada más".

Zamarrón se refiere a un elemento que mete un poco de ruido en el caso del reportero Víctor Hugo Sánchez.

Cuando explotó el tema de Televisa, Alejandro Gómez mencionó en una junta que Víctor Hugo ya había trabajado en Grupo Editorial Notmusa, que había salido de la empresa y que cuando apareció el proyecto de *El Centro* tocó de nuevo la puerta, pero Carlos Flores se opuso a que regresara por razones que Héctor ignora.

[51] Ver: Trinidad Martínez, Verónica; Pineda, Angélica y Martínez, Omar Raúl. *Recuento de daños 1999*, revista publicada por el Centro Nacional de Comunicación Social AC y la Red Mexicana de Protección a Periodistas y Medios de Comunicación, México, DF, versión en internet, p.17. Tomado del sitio: http://cencos.org/es/node/22972 y consultado el 4 de enero de 2011.

Además de trabajar en *El Centro*, Víctor Hugo Sánchez colaboraba en "Caiga quien Caiga", un noticiero de espectáculos de TV Azteca en donde participaban más periodistas de varios medios.[52]

La información sobre los medios en donde trabajaban los colaboradores del programa era pública, así consta en una ficha técnica de TV Azteca publicada en su sitio web, en donde aparece el nombre del reportero y *El Centro* como el medio al que pertenecía.

Víctor además tenía –y aún conserva-- una agencia de relaciones públicas para promover a artistas del espectáculo.

Zamarrón precisa que así como hubo libertad para publicar en *El Centro*, cada editor tuvo la libertad para integrar su equipo de reporteros.

2.3. La réplica anónima

Notmusa recibió un texto en donde se respondía a las críticas de Víctor Hugo O'Farril. De acuerdo con la fuente mencionada en el capítulo anterior, Carlos Flores dio la instrucción para que el documento se publicara sin quitarle ni una coma.

Miguel Castillo, quien aún trabajó durante la semana de las publicaciones de la entrevista y la siguiente, no se opuso a la réplica. Por el contrario, propuso a través de Alejandro Gómez que se entrevistara a quien tuviera a bien asignar el ofendido y ofreció incluso el mismo despliegue dado al productor. La respuesta fue negativa.

Héctor Zamarrón y Miguel Castillo analizaron el caso. Miguel propuso entonces la publicación tal cual del texto, pero firmado, que se diera a conocer la procedencia del

[52] Sin autor. "Caiga quien Caiga" en sitio web de la televisora *TV Azteca*, México, DF. Tomado del sitio www.tvazteca.com/espectaculos/caigaquiencaiga/fichaTecnica.shtml y consultado el 20 de julio de 2010 y Almazán R, Jorge. "Retorna Caiga quien Caiga", en el periódico *Esto*, México, DF, 25 de mayo de 2007, versión en internet. Tomado del sitio: http://www.oem.com.mx/esto/notas/n288424.htm y consultado el 20 de julio de 2010.

documento para deslindarse del mismo y que no se diera la impresión de que era una postura del periódico. Gómez llevó la propuesta a la oficina del director general de Notmusa, pero la contestación fue la misma.

La réplica fue publicada el viernes 12 a cuatro columnas en la mitad de la contraportada. El texto carecía de firma y sólo un balazo daba a entender que el o los autores sabían de primera mano sobre lo escrito: "Por quienes sí lo vivieron".

Titulado "El polvo de aquellos lodos", el documento mencionaba supuestos intereses del poder político detrás de los negocios de la familia O'Farril.

Sin referirse explícitamente a Miguel Alemán, decía que el "Presidente" había facilitado la incursión de los O'Farril en la televisión con el fin de participar en un negocio "que nació con un enorme potencial de rentabilidad."

Acusaba a Rómulo O'Farril Silva (abuelo del productor Víctor Hugo) de haber prestado su nombre para construir su carrera empresarial en menos de un sexenio, cuando a Emilio Azcárraga Vidaurreta le había tomado varios lustros.

Decía que Rómulo había sido el primero en transmitir una señal de televisión, a través de Canal 4, gracias a los intereses políticos y económicos que mantenía en el medio "el entonces Presidente".

"Otro detalle que olvida Víctor Hugo sobre los orígenes de la televisión privada en México es que, a partir del sexenio siguiente, los canales debieron enfrentarse en una abierta competencia sin que su familia contara con el favor presidencial.

"El resultado fue desastroso para la familia O'Farril (y para su socio, el ex Presidente) al punto de que acudieron a las autoridades del país para que, desde el poder político, se propiciara una fusión de su canal 4 con el ya popular canal 2. De ahí surgió Telesistema Mexicano".[53]

Según el o los autores, Emilio Azcárraga Milmo, 'El Tigre', siempre quiso recuperar el control total accionario de la empresa y además toleraba poco la "presuntuosa personalidad" de Rómulo O'Farril.

Por eso trató de ganarse a los hijos, a Rómulo junior y a Víctor Hugo, a fin de evitar el trato con el "prestanombres del Presidente". Esa es la supuesta razón por la que progresó Víctor Hugo dentro de la televisora.

El texto indicaba que 'El Tigre' no se confiaba mucho "ni de la integridad ni de las aptitudes" de Víctor Hugo, razón por la cual "estableció dos sólidos pilares de control sobre él": Valentín Pimstein y Ernesto Alonso. Ambos eran los personajes que tenían el conocimiento y la sensibilidad artística, según la argumentación.

Se acusaba a Víctor Hugo de hacer negocios en Televisa que iban en contra de la empresa, como el de la producción musical, y que eran tolerados por Emilio Azcárraga.

"La permisividad de 'El Tigre' fue tal que con frecuencia Víctor Hugo se quedaba con las ganancias que en rigor correspondían a divisiones de Televisa. Además encontró una mina de oro en producir música (por ejemplo para las telenovelas), que luego vendía a precios exorbitantes a la misma Televisa de la que era vicepresidente".[54]

[53] Sin autor. "El polvo de aquellos lodos" en contraportada del periódico *El Centro*, editorial Notmusa, 12 de octubre de 2007, año 1, número 222, México, DF, p. 43.
[54] *Idem.*

La réplica aseguraba que esas prácticas "poco éticas" le ganaron la animadversión entre empleados de Televisa, pero que Emilio siempre lo defendió y toleró; además le criticaba por desconocer la competencia actual en la televisión y los avances tecnológicos que llevan a pelear cada punto de rating.

"Seguramente ese desapego de la realidad no fue ajeno a la salida de Víctor Hugo de Televisa. Salida, que nos cuentan, fue diferente de la que él describe y estuvo aderezada por la compra a valor accionario de su empresa personal, lo que le evitó el pago de muchos impuestos".[55]

El texto acusaba también la "ignorancia" de Víctor Hugo sobre la apertura democrática en el país y los medios de comunicación. El señalamiento respondía a la descalificación que hiciera O'Farril del programa "La Parodia", producido por Carla Estrada y en donde se parodiaban a personajes de la política mexicana:

"En su ceguera (casi pide el destierro para Carla Estrada 'antipatriota', ¡por producir un programa de humor y sátira política como 'La Parodia') no se da cuenta de que sus posturas exceden hasta las disposiciones más controvertidas de la reciente reforma electoral".[56]

El escrito calificaba las opiniones de Víctor Hugo como "habladurías" de un hombre que "vive en otro mundo y en otro tiempo". Decía que el productor tuvo la fortuna de vivir y prosperar en la época donde el poder político creaba las oportunidades que "las limitaciones personales" no generaban:

"Qué triste ver la soledad de Víctor Hugo, rodeado de pastizales exuberantes y caballos finos, conectándose con México sólo a través de las telenovelas que hacen en el Congo y en África del Sur (¿o habrá querido decir Sudáfrica?)".[57]

[55] *Idem.*
[56] *Idem.*
[57] *Idem.*

Esa peculiar contraportada enrareció el ambiente del quinto piso de Notmusa. El texto anónimo desacreditaba la entrevista con O´Farril y personal editorial de *El Centro* estaba confundido y decepcionado.

La especulación creció ante la incertidumbre. Algunos colaboradores pensaban en la posibilidad de que el diario cerrara y esperaban las decisiones que tomaría Carlos Flores.

Rubén García desestimó las reacciones de Televisa cuando tuvo en sus manos la entrevista, le parecía más escandaloso publicar una nota de una actriz y su vida sexual con políticos.

Víctor Hugo no. Él no descartó que las palabras encolerizarían a Televisa, pero no dudó en publicarlas:

"Sabes yo estoy muy loco, sí soy muy apasionado de mi chamba, sobre todo de los diarios y yo nací en un diario hace 23 años. Yo quería verla publicada, yo sabía lo que iba a pasar, sabía que iba a mover estructuras, y sabía que me iba a colocar en el punto de 'wey no eres cualquier reportero, no eres cualquier cabrón'. Nunca dudé de nada".

-¿Previeron una reacción de Televisa?, le pregunta el autor de este trabajo al periodista.

-Sí la tuvieron, pero cuando empiezan a salir publicados los reportajes de los ratings, empiezo a hacer entrevistas un poco más profundas con los directores, con los productores, individuales y luego conjunto el reportaje. El reportaje (sobre la caída del rating) era tan fuerte que nadie reparó que ese día fue cuando nos voltearon a ver.

Víctor Hugo vio confianza en las instalaciones de Notmusa. Supuso que al no haber reacciones de Televisa por las primeras notas, la casa editorial decidió seguir adelante con la crítica.

Desde su punto de vista, Notmusa se confió porque el periodismo de espectáculos practicado en *El Centro* era distinto al de *Récord* y *TV Notas*.

-Hay cierta molestia contigo entre ex miembros del periódico por esa entrevista, consideran que no se debió publicar, se le plantea a Víctor.

-¿Entonces qué estábamos haciendo, periodismo de juguete? Qué pendejos. ¿Estábamos haciendo periodismo o qué, me detengo porque se me va a caer la chamba? Y hubo gente que se quedó sin chamba, pero yo qué, yo soy el último de la fila, créeme.

Para Víctor, Carlos Flores se "apanicó" ante el conflicto con Televisa y pensó inmediatamente en sacrificios. Lo que estaba en juego, dice, era la credibilidad de *El Centro*.

Víctor fue despedido a pesar de la oposición de Miguel Castillo, quien defendió su trabajo. Héctor Zamarrón considera que era una buena entrevista, aunque desequilibrada al sólo mostrar la versión de O'Farril y excesivamente extensa, elementos que, según él, llevaron a Televisa a pensar que se trataba de un ataque.

El ex subdirector editorial no contempló que una entrevista así generara las proporciones del enojo que después mostró la televisora:

"Por lo general más bien buscas que la información esté sustentada, que si estás publicando una crítica, tenga fuente. En este caso se le dio una entrevista a un personaje que hacía mucho tiempo que no hablaba y que en general hablaba de la televisión, de qué se estaba haciendo en la televisión, en Televisa. Y esa era la parte que más nos interesaba, pero también incluyó esas críticas a Emilio Azcárraga".

Jorge Guzmán, ex editor, también vio una entrevista desequilibrada, a la que le hizo falta una obligada contraparte.

Carolina Pavón, la ex jefa de información de la sección metropolitana, descarta un exceso de confianza en el equipo editorial. Ella considera que la entrevista traía la intención de generar un pleito con Televisa.

2.4. La salida de Miguel Castillo

Miguel sabía que su puesto ya colgaba de un hilo muy delgado. Al director del periódico le habían impedido resolver la reacción de la parte ofendida. Notmusa había decidido a su modo.

Tenía unas cuantas horas de ese viernes 12 de octubre para salvar su propuesta editorial. Estaba curtido en este negocio e intuía que, de salir, no lo haría solo; pero no pudo, la oficina de Carlos Flores no se abrió y Alejandro Gómez fue quien le adelantó su inminente despido. El aviso fue por teléfono.

En esa llamada Alejandro ofreció una reunión con Carlos Flores el lunes siguiente a fin de que éste expusiera directamente las razones.

Miguel y Alejandro hablaron sobre la reacción de Televisa. Miguel reconoció los meritos profesionales que llevaron a Alejandro al cargo de director de Diarios y sugirió que no pusiera en riesgo su carrera profesional en Notmusa por el conflicto.

De acuerdo con Carolina Pavón, Miguel Castillo fue muy discreto con las reacciones de Notmusa y la televisora porque no quería asustar al equipo editorial, razón por la que sólo comento el conflicto con su gente más allegada.

El sábado 13 y domingo 14 Miguel y sus más cercanos se llamaron. Supieron de primera mano lo ocurrido.

José Gerardo Mejía, coordinador editorial de la sección nacional, llamó a Luis Guillermo Hernández en cuanto se enteró.

-Wey esto ya reventó, van a despedir a Miguel, habría comentado José Gerardo.

-¿Qué pasó?, contestó Luis Guillermo.

-Vamos a vernos con Miguel al rato así que apúrate.

En un Vips de Polanco Miguel explicó lo que había ocurrido en Notmusa y adelantó que su despido estaba a unas horas de concretarse.

-¿Qué vas a hacer?, habría preguntado Miguel a Luis.

-Ya sé lo que voy a hacer, respondió el reportero.

Hasta ese domingo Luis Guillermo supo con claridad de los problemas derivados por la cobertura editorial del diario.

No conoció las dimensiones reales de los conflictos por las notas críticas ni de lo generado tras la entrevista de O'Farril. Para eso estaba Miguel, era el pararrayos que detenía y resolvía los problemas surgidos de la cobertura editorial.

Ese fin de semana Miguel Castillo también habló con Carolina Pavón sobre su inminente salida. La jefa de información de Coordenadas de la Ciudad se responsabilizó de la edición del sábado 13. Héctor Zamarrón lo hizo el domingo 14.

El lunes Miguel se mantuvo cerca del edificio en espera de la llamada de Alejandro Gómez o de alguien más que le diera razón de la reunión ofrecida, pero la cita nunca llegó.
El despido salió de las paredes de Notmusa. El diario *Reforma* llamó a por lo menos un coordinador editorial de *El Centro* para confirmar el trascendido.

2.5. Cierra Televisa sus puertas a Notmusa

El domingo siete de octubre Luis Fernando Tena fue cesado como técnico del América tras la advertencia de la directiva por lo mal que iba el equipo. Ese día las Águilas perdieron ante los Diablos Rojos de Toluca tres goles contra uno en el estadio Nemesio Diez.

Al finalizar el encuentro Diana Pérez Estrada, reportera de *Récord*, abordó al vicepresidente de Operaciones del América para preguntarle por un vuelo que tendría el club. El ejecutivo le contestó que lo disculpara por no poder contestarle y subió al autobús del equipo.

La reportera fue entonces con el jefe de prensa y le formuló la misma pregunta.

-No te podemos dar información.

-¿Por qué, qué pasó?

-Mejor pregúntale a tu jefe.

Nadie del América habló con Diana. Desconcertada, se comunicó con José Antonio Cortés, coordinador de Futbol del diario, quien le dijo que había una medida en contra de Notmusa.

Esa semana Gerardo Jiménez, reportero de la sección capitalina, recibió una llamada en su celular. Antonio Rosales, compañero del medio e integrante de prensa de Pumas, quería saber qué pasaba con *Récord*.

-¿Qué tuvieron pedos con Televisa?

-De qué me hablas, no sé nada.
Gerardo hizo varias llamadas telefónicas, cruzó información con sus colegas de *El Centro*, *Récord* y su compañero en Pumas. La situación estaba “muy cabrona”, concluyó.

Tal como se lo había dicho Alejandro Gómez a Rubén García, Televisa había ordenado una restricción para los reporteros de Notmusa a fin de negarles información y acceso a eventos de artistas y de los equipos de futbol América, Necaxa y San Luis. De esa forma la televisora cerraba una llave de importante abastecimiento de información para *TV Notas* y *Récord*.

Al parecer, la primera publicación vetada fue *TV Notas* y después Televisa extendió el castigo a *Récord*. Al menos eso fue lo que le comentó Alejandro Gómez a Héctor Zamarrón en una junta.

De acuerdo con José Antonio Cortés, Gómez Albarrán se paró frente a coordinadores y editores de *Récord* para confirmar y explicar lo vivido por los reporteros de la fuente: Televisa había prohibido el paso de Notmusa a sus instalaciones y equipos.

José Antonio compartió la información a su equipo. El primer culpable para los reporteros deportivos fue el vecino del quinto piso, donde se editaba *El Centro*, pero el coordinador contextualizó el conflicto desde su punto de vista.

A su entender, detrás de la medida de Televisa había una tensión entre Carlos Flores y Emilio Azcárraga por *Récord*. La explicación era que la televisora se desquitaba porque Notmusa supuestamente no quiso venderle el periódico, y la entrevista con O'Farril fue el pretexto para romper relaciones.

Lo cierto es que instalaciones como el Estadio Azteca cerraron sus puertas para el Grupo Notmusa, y a los jugadores del América y San Luis (y luego a los del Necaxa) les prohibieron dar entrevistas a reporteros de *Récord*.

José Antonio supo de jugadores regañados por declarar a una grabadora de Notmusa y luego se disculpaban porque ya no podían dar más entrevistas.

La medida de Televisa dio al traste con la personalidad de algunos futbolistas reticentes con la prensa. Por ignorancia o mala fe, organismos como la Federación Mexicana de Futbol replicaron algunas veces el veto.

Guillermo Ochoa, portero del América, se alejó de las grabadoras de *Récord* pero como representante de la Selección Nacional. El área de prensa atendía la indicación del jugador e impedía el trabajo del reportero de Notmusa.

Entonces José Antonio intervenía para pedirle a la Federación que distinguiera las situaciones y que no impidiera la labor del periódico.

Otros preferían ignorar la medida. Una portada o plana en uno de los diarios deportivos más importantes del país no era fácil de despreciar.

Ese mismo domingo 7 de octubre se confirmó que Daniel Brailovsky sería el nuevo director técnico del América tras el cese de Fernando Tena. Debido a su nuevo cargo, "El Ruso" dejó de escribir en las páginas de *Récord*.

Alejandro Gómez dedicó su columna del lunes 8 al cambio de dirección técnica del América y le deseó suerte a Brailovsky. Nada mencionó sobre el veto.[58] "El Ruso" siguió atendiendo las llamadas telefónicas de Notmusa, aunque se disculpaba por no poder hacer declaraciones.

La restricción no paró el trabajo del periódico, por el contrario, se volvió "más perro", a decir de José Antonio Cortés. Los reporteros hacían lo necesario para obtener la información sin poner atención a la molestia de los clubes. El trabajo de *Récord* era buscar la nota; el de Televisa, impedirlo.

[58] Gómez Albarrán, Alejandro. "Suerte al Ruso" en periódico *Récord*, editorial Notmusa, año 5, número 1970, 8 de octubre de 2007, México, DF, p. 2.

La restricción de la televisora no siempre surtió efecto, pues algunos jugadores cerraban los ojos ante la medida y daban información a los reporteros a pesar de que lo tenían prohibido.

Notmusa utilizó su palco en el Estadio Azteca para cubrir desde ahí los partidos de futbol disputados por los equipos de Televisa, o bien los reporteros entraban como aficionados. Gracias a la solidaridad de reporteros de otros medios, los periodistas obtenían las declaraciones que los jugadores hacían en las conferencias de prensa o en los vestidores.

"En los entrenamientos del América al momento de presentar la credencial no te dejaban pasar y te decían que estaba *Récord* vetado. Como reportero lo que tenías que hacer era esperar a que terminara el entrenamiento y que algún otro compañero te pasara la grabación de lo que hubo y así ya llevabas la nota", dice Víctor Casarreal Salcido, ex reportero del tabloide.

Los reporteros de *Récord* también conseguían las entrevistas a través de los patrocinadores del jugador, como las firmas Nike o Bimbo.

A veces se plantaban afuera de los centros de entrenamiento y esperaban la salida de los jugadores para abordarlos. Algunos detenían sus autos y bajaban la ventanilla, otros no.

"Eso era muy complicado también porque no siempre el futbolista se detiene. Las figuras rara vez se detienen, como Ochoa. Como el club les restringe dar entrevistas fuera de los entrenamientos son pocos los que se paran a darte una", agrega Casarreal Salcido.

Pero no todos los periodistas fueron solidarios con *Récord*. Víctor no cubría la fuente, sino su entonces compañera Abril Ramírez, así que aprovechó su condición de desconocido uno de esos días en que tuvo que sustituirla.

El periodista se puso un chaleco con el logotipo de otro medio para burlar el cerco contra *Récord* y poder ingresar a las instalaciones del América, en donde estaba ya el resto de los comunicadores.

Víctor tenía en su grabadora varias entrevistas cuando uno de sus compañeros lo delató con el jefe de prensa del club, quien le pidió que saliera del inmueble:

"Me dice: 'Oye Víctor qué pasó, por qué te metiste, tú sabes que no puedes estar aquí'. Total que me sacaron, pero después de las entrevistas. Yo ya llevaba la información".

Notmusa también aprovechó la falta de información del otro lado, como el caso de Daniel 'El Rolfi' Montenegro, jugador argentino que llegó de refuerzo al América en julio de 2009.

Récord buscó al futbolista en Argentina antes de su arribo a México y apenas llegó al aeropuerto del DF lo entrevistó de nuevo, además le puso una playera del club para hacerle unas fotos. El enojo del área de prensa no tardó en aparecer, pero el trabajo estaba hecho.

Según Diana Pérez y Víctor Casarreal, las primeras notas elaboradas con audios proporcionados por periodistas de otros medios no se firmaron por decisión de la dirección del tabloide, aunque después se cambió de opinión y los textos aparecieron con los nombres de los reporteros que las redactaban.

En una junta con periodistas de casa, Víctor Edú Rodríguez, director editorial de *Récord*, habló de la medida, pero enfatizó que no podía ser pretexto para llegar a la redacción sin información.

Para algunos temas o actos la televisora cerraba los ojos y sus clubes abrían sus puertas a los periodistas de Notmusa, según José Antonio Cortés.

El 28 de octubre de 2007, por ejemplo, *Récord* publicó una entrevista con el presidente del América, Guillermo Cañedo, sobre el clásico 199 que se avecinaba entre el equipo y las

Chivas del Guadalajara. La nota fue firmada por la reportera Abril Ramírez.[59]

A los pasillos de la redacción deportiva llegaban trascendidos sobre el levantamiento de la medida de Televisa.

"Mientras yo estuve ahí todo fue igual. De repente nos decían, parece que ya se va a quitar el veto. Hasta la fecha, que yo sepa, el veto continúa porque vas al América y los compañeros de *Récord* no están ahí", menciona Víctor, entrevistado por el autor de este trabajo en marzo de 2011.

La medida se ha relajado, de acuerdo al ex reportero del diario, ya que actualmente hay más probabilidades de que un jugador dé una entrevista al medio afuera del club América, situación impensable en 2007.

Gabriel Pérez, quien después del cierre de *El Centro* se quedó en el cuerpo directivo de *TV Notas*, afirma que Televisa aún le niega el acceso a los periodistas de la revista (fue entrevistado por el autor de este trabajo en octubre de 2010), aunque la medida también se ha relajado en algunos casos. Pone de ejemplo a las modelos o conductoras que han aparecido en la revista *H para Hombres*.

Gabriel se inclina más por la idea de que Televisa esperaba un pretexto que justificara su ofensiva contra la competencia que le significaban *Récord* y *TV Notas*, y lo halló en esa entrevista a O'Farril.

"Creo que es un asunto más de este pésimo comportamiento del empresariado mexicano en el que (Carlos) Slim hace lo que quiere con los usuarios, lo mismo Banamex y lo mismo Televisa; y Televisa si ve competencia, si la puede aplastar de manera poco leal, lo va hacer y lo ha intentado con Notmusa. Debe estar muy preocupada porque lejos de no conseguirlo Notmusa sigue creciendo", sostiene.

[59] Ramírez, Abril. "El clásico 199" en periódico *Récord*, año 5, número 1990, 28 de octubre de 2007, México, DF, p. 9.

Rubén García y Víctor Hugo Sánchez fueron incluidos en la lista negra de Televisa. Ambos fueron entrevistados por el autor de la tesis en 2010 y aseguraban que hasta ese entonces la empresa mantenía un bloqueo contra ellos en sus instalaciones y eventos.

Víctor Hugo Sánchez considera que Notmusa debió utilizar la respuesta de Televisa a su favor con el fin de impulsar el periódico y ponerlo frente a los ojos de todo mundo. Bajo la lógica del reportero, Carlos Flores pudo haber aprovechado la medida de Televisa para que la gente que aún no conocía *El Centro* volteara a ver al diario censurado.

"Tendrían que aprovechar y decir (que) Televisa navega con doble bandera de la censura, (porque) acá pide libertad de expresión y acá censura a este medio. Esa era la nota del tercer día", afirma.

Víctor Hugo se refiere a la discusión sobre la reforma electoral de ese año que, entre otros puntos, prohibía la contratación de tiempo en radio y televisión por parte de particulares para la difusión de campañas políticas, así como la emisión de mensajes susceptibles de influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, propuestas que las televisoras interpretaron como una restricción a la libertad de expresión.

Una de las discusiones con mayor atención fue la protagonizada entre senadores y conductores de cadenas de radio y televisión el 11 de septiembre en la Torre de El Caballito, uno de los recintos del Senado.[60]

La entrevista a Víctor Hugo O'Farril fue el clavo en el ataúd de la oferta periodística de Miguel Castillo. Las reacciones a su publicación apresuraron a Notmusa a prescindir de los servicios profesionales del periodista, el mismo al que le habían ofrecido libertad editorial cuando arrancó el proyecto.

[60] Becerril, Andrea y Ballinas, Víctor. "Senado y poderes fácticos chocan en el marco de la reforma electoral" en el periódico *La Jornada*, 12 de septiembre de 2009, México, DF, versión en internet. Tomado del sitio http://www.jornada.unam.mx/2007/09/12/index.php?section=politica&article=003n1pol y consultado el 4 de enero de 2011.

La decisión de la empresa fue leída por editores y reporteros cercanos a Miguel Castillo como un acto de autocensura, pero hubo quienes concluyeron que Notmusa lo único que hizo fue poner orden porque no se hacía el periódico que pedía. ¿Cuál?, no todos estaban claros.

Capítulo 3
El principio del fin

El 15 de octubre de 2007 Notmusa anunció al equipo de *El Centro* el despido de Miguel Castillo. La firma editorial argumentó las razones por las que decidió prescindir de sus servicios. La respuesta fue inmediata: varios de los editores, coordinadores y reporteros renunciaron.

A partir de ese momento se inauguraba un periodo de incertidumbre entre quienes se quedaron. La conducción del periódico quedó en manos de Salvador Camarena, el periodista que había sido invitado originalmente para dirigir el proyecto.

A pesar de los recortes de personal y cambios editoriales para hacer frente a problemas financieros y mejorar las ventas, *El Centro* fue cerrado en octubre de 2008, apenas un año y siete meses después de su estreno.

3.1. Formalizan cese de Miguel Castillo

El lunes 15 Alejandro Gómez convocó a editores y coordinadores a una junta para informales que Miguel Castillo estaba despedido por decisión de la empresa, medida de la que se deslindó porque no la compartía.

Sin embargo, le tocó la tarea de enlistar las notas que llevaron a Notmusa a terminar su relación laboral con Miguel.

Coordinadores y editores escucharon que Carlos Flores estaba molesto por esos trabajos y que la entrevista con Víctor Hugo O'Farril había sido "la cereza en el pastel". Habló además de pérdidas económicas de la empresa y de la caída en contratos de publicidad.

"Hizo un recuento de las notas que en su opinión habían provocado problemas a la empresa, como la de Sanborns; del presidente de la República, la familia de Juan Camilo Mouriño [entonces Jefe de la Oficina de la Presidencia] y la de Mexicana de Aviación, y ahora la de Televisa.

"Nos dijo que la línea editorial iba a cambiar y que por eso iba a salir Miguel Castillo. Por eso decidimos irnos, porque no compartimos la nueva línea editorial", declaró la ex coordinadora editorial de la sección Tendencias, Ana Ávila, a la revista *Zócalo*.[61]

Alejandro Gómez comunicó los cambios. A partir de ese día todo reportaje crítico sería revisado por Carlos Flores antes de ser publicado, quien tendría la última palabra.

El perfil del tabloide con apenas siete meses de vida cambiaría y para dirigir esa transformación, informó Gómez, llegaría Salvador Camarena. El nuevo director editorial de *El Centro* ya no dependería del Director de Diarios, sino de Carlos Flores.

Los jefes supieron entonces por boca de Alejandro Gómez que las negociaciones con Camarena habían iniciado antes de que apareciera la entrevista con O'Farril.

Alejandro descartó recorte de mandos o sueldos y dijo que no había por qué temer, que los empleos estaban garantizados.

Del otro lado sólo habló Francisco Cruz. Él siempre había conducido las juntas editoriales y así lo hizo saber de pie.

"Espérate, estas son chingaderas. Lo que están haciendo es desleal, deshonesto, le están dando un golpe de timón a Miguel. ¿Por qué no hablan con Miguel y le dicen la verdad? Seguramente se va", reclamó.

---

[61] Sin autor. "El empresario Carlos Flores Núñez descabeza El Centro" en revista *Zócalo*, número 92, octubre 2007, México, DF, versión en internet. Tomado del sitio: www.periodistasenlinea.org/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=6011 y consultado el 4 de enero de 2011.

Francisco cuestionó que no le hubieran dado a Miguel las razones que a ellos sí. Además estaba convencido de que aceptar los nuevos términos era tolerar una autocensura, perder la facultad de escribir y de conducir el diario con libertad.

"La junta se acabó, mi renuncia está en un minuto. Yo ya le renuncié a Miguel Castillo porque para mí, él sigue siendo el director hasta ahorita", concluyó.

La empresa trató de retenerlo, pero la decisión que tomó antes de que terminara la junta ya no cambió. Para él, Notmusa quería usar al resto de las cabezas como esquiroles ofreciéndoles estabilidad laboral a cambio de aceptar la transformación del periódico y las nuevas reglas.

En cuanto abandonó la sala llamó a Miguel, quien estaba en las inmediaciones de la empresa en espera de la reunión con Flores:

"Te están corriendo y Salvador Camarena viene en tu lugar. Ya te dejaron plantado y no van a llegar porque ya no eres el director, así que ya ni vengas porque ni te van a dejar entrar".

A Francisco le molestó que la empresa no se hubiera acercado a los editores para decir lo que le disgustaba de la información manejada. El periódico no lo hacía Miguel Castillo solo, los editores también proponían temas.

La versión de Francisco Cruz contrasta con las Jorge Guzmán y Gabriel Pérez, ex coordinadores editoriales, quienes indican que Miguel Castillo no atendió las supuestas sugerencias o peticiones de la dirección general de Notmusa.

A Francisco también le disgustó que Notmusa estuviera en nuevas negociones con Camarena para que tomara el mando y que la empresa no se lo comunicara a Miguel:

"¿Por qué no hablaron con Miguel, por qué el dueño no se paró y dijo: 'No nos gusta, aquí está tu liquidación' ".

Al mediodía, Francisco Cruz, Luis Guillermo, Alejandra Bordon, Carolina Pavón, Gerardo Jiménez, entre otros, se reunieron con Miguel en un restaurante de Perisur, a unos minutos de Notmusa.

"Me enojé, tuve un sentimiento de ira. Vi las caras de Caro y Ale, la editora y la coordinadora de información de Ciudad, y me sentí roto. Estábamos desconcertados. De ahí en adelante todo fue esperar", recuerda Gerardo Jiménez Delgado, ex reportero del diario.

Para Gerardo fue una reunión de agradecimiento y de solidaridad con el ex director del diario. Miguel dejó en cada uno de los ahí reunidos la decisión de quedarse o irse del periódico. No debían sentirse con la obligación de seguirlo.

Luis Guillermo vio miedo en los rostros de sus compañeros ante la incertidumbre; recomendó que no renunciaran, que no debían sentirse culpables si decidían quedarse. ¿Debían? Él no se quedó.

Una persona de Recursos Humanos lo buscó por teléfono para preguntarle si estaba interesado en platicar con Salvador Camarena, pero respondió que no.

A la pregunta de si se quedaría, sólo respondió que era una decisión personal y que una vez tomada se la haría saber a la empresa.

"Yo no tenía nada contra Chava, me parecía un buen tipo. Si Miguel se hubiera salido en otras circunstancias, yo no habría tenido ninguno pedo en quedarme con Salvador, lo respetaba mucho. De hecho cuando me dieron el pinche premio (Nacional de Periodismo) se lo dediqué. Era uno de mis maestros", comenta.

Luis no quiso personalizar su rechazo a trabajar con Camarena. Estaba convencido, como el resto de los que renunciaron, que el despido de Miguel era un acto de autocensura de la empresa. Su periodismo era como el de Miguel, por eso creyó que no había posibilidad alguna de que pudiera continuarlo en la nueva etapa.

Para Luis, sin embargo, Salvador Camarena estaba muy a tono con el periódico que buscaba Notmusa y con el gobierno federal, conclusión fundamentada, en parte, en la biografía que el ex director de *Chilango* hizo de Felipe Calderón, a la que consideró muy complaciente.

"Me dio mi primera chamba en grandes ligas, no podía irme escupiéndole ni mentándole la madre. Para mí fue muy difícil, sabía que tenía que renunciar y sabía que me iba a ir, pero no quería ser grosero.

"No consideré necesario hablar con él. Ahora creo que fue un error de mi parte haber sido tan descortés con Chava, (pero) lo que ocurrió después (el cierre del diario) me hizo pensar que no me equivoqué. Sabía que se iba a convertir en un periódico distinto al que a mí me gusta trabajar, aunque había gente a la que estimo mucho", refiere.

La tarde de ese lunes 15, Eric Estrada Ángeles, el asistente editorial y reportero de la sección capitalina, llamó a cada uno de los periodistas del área para hacer un aviso de última hora.

-Manda tus notas temprano porque hay una junta en la noche.

-¿De qué se trata?, respondió el autor de este trabajo.

-No sé bien, pero creo que es para avisarnos que Miguel Castillo se va por lo de Televisa, está muy cabrón el asunto.

Una vez completo, el equipo pasó a la Sala de Juntas. Alejandra Bordon, coordinadora editorial de la sección capitalina, tomó la palabra para informar del despido de Miguel Castillo y sus causas. Le llevó algunos minutos explicarlo. Todos atendieron en silencio, sin hacer preguntas.

Luego, con los ojos enrojecidos, comentó que ante tal situación ya no podría garantizar el trabajo editorial ofrecido a cada uno de sus reporteros y eso no podía permitírselo. Así que había tomado la decisión de renunciar. La desolación y las lágrimas aparecieron en varias caras.

No pidió que replicaran su renuncia. Insistió en que la de ella era un decisión personal y así debería ser la que tomara el resto del equipo. Avisó del arribo de Salvador Camarena y que el trabajo sería diferente. Sólo diferente, sin adjetivos.

Los reporteros aún no digerían el anuncio de Bordon cuando Carolina Pavón, sentada a su lado, tomaba la palabra para hacer otro anuncio: la jefa de información y brazo derecho de Alejandra también dejaba el periódico.

El mando interino fue tomado por el entonces coeditor Jorge Guzmán, quien recibió el respaldo de Alejandra y Carolina. Jorge pidió el apoyo de todos los reporteros y coeditores para sacar adelante la sección en esos días turbulentos: “Hoy hay sacar un periódico, tenemos que cerrar una edición”.

Antes de abandonar la sala de juntas reporteros y editores abrazaron y agradecieron a quienes habían reclutado al equipo.

Tras el despido de Miguel renunciaron Carolina Pavón, jefa de información; Alejandra Bordon, coordinadora editorial de Ciudad; Ana Ávila, coordinadora Tendencias; Luis Guillermo Hernández, reportero; José Gerardo Mejía, coordinador de País; Francisco Cruz, editor general; Rubén García, coordinador de Espectáculos; Leticia Pineda, reportera, y Arely Quintero, articulista.

Sin embargo, Carolina Pavón hace una acotación en este punto. Afirma que al menos Luis Hernández, José Gerardo Mejía y Arely Quintero renunciaron tres días después del despido de Miguel Castillo. Desconoce por qué se esperaron, pero le disgusta y lo califica de "timorato".

"Fuimos juntos a dejar la renuncia a Recursos Humanos. Llegamos juntos porque nos pusimos de acuerdo. (Les dijimos:) 'No queremos seguir trabajando con ustedes'. Lo que hayan hecho los demás fueron decisiones personales, hicieron sus cuentas. Yo no necesitaba hacer cuentas. La lealtad no tiene precio", asegura.

Mientras llegaba Salvador Camarena la conducción editorial quedó en manos del subdirector Héctor Zamarrón y de Jorge Guzmán.

Jorge no estuvo de acuerdo con las renuncias de Alejandra y Carolina, sus ex compañeras de *Reforma*, ni desde luego con las renuncias del resto de los jefes:

"No fue un caso como el *Excélsior* de los setentas, no fue un asunto de censura. En realidad lo que hizo el dueño fue dar un golpe en la mesa y decir: 'No están haciendo el proyecto que yo quiero que hagan'. Pero fue muy fácil esconderse en la censura, en la bandera de libertad de expresión. Desde el primer número hasta el último donde estuvo Miguel lo único que hicieron fue desacatar las órdenes del jefe".

De acuerdo con Jorge, Alejandra tampoco le dio el beneficio de la duda a Salvador Camarena. Le pidió que se quedara, que como en un equipo de futbol, cuando despiden al director técnico el capitán se queda al frente del representativo hasta que el nuevo técnico decida otra cosa.

Pero, según Jorge, la coordinadora editorial también veía en Salvador a un periodista condescendiente con el gobierno federal.

Carolina Pavón argumenta que la lealtad es fundamental en cualquier trabajo, y eso, dice, fue lo que no tuvo Carlos Flores con Miguel Castillo.

La ex jefa de información asegura que todas las notas polémicas se le consultaban al director general de la empresa. Dice que nunca los tomó por sorpresa, pero tampoco tuvo lealtad para decirle a Miguel en qué se estaba equivocando o qué quería ver en el diario:

"¿Te esperas tres meses (luego de las conversaciones con Salvador Camarena) para decirle a alguien: 'Es que no me sirves'? En ese momento le dices: 'O le cambias o le cambias, te doy una semana para que le cambies' ".

-¿Por qué no te quedaste?, le pregunta el autor de este trabajo.

-Tengo un respeto absoluto al trabajo de Miguel; fue siempre limpio, nunca hubo consigna de fregarse a alguien, a nadie, porque yo no lo hubiera aceptado y estoy segura de la deslealtad no sólo del dueño sino de otras personas de la redacción.

Carolina se convenció de que se había cometido una injusticia contra Miguel Castillo, su amigo y colega. Consideró ilógico que Notmusa lo dejara trabajar por tres meses después de haber buscado a Salvador Camarena para ofrecerle de nuevo la dirección.

El miércoles 17 de octubre el periodista Javier Solórzano ya no apareció en el diario, aunque siguió con sus colaboraciones para la empresa. El día 22 *Récord* anunció en su portada el regreso de Solórzano a sus páginas. Ese lunes el periodista escribió sobre el ambulantaje en el Distrito Federal.

La reacción en medios

En plena mudanza al edificio de Periférico Sur, Salvador Camarena supo que la revista *Proceso* preparaba una nota sobre el despedido de Miguel Castillo y se lo informó a Carlos Flores.

Efectivamente, en su edición del domingo 21 de octubre de 2007 el semanario incluyó un texto del periodista Jenaro Villamil llamado "La autocensura se impone", en donde se abordaba el caso.

Villamil hizo una breve reconstrucción de lo ocurrido el lunes 15 de octubre cuando Alejandro Gómez anunció la salida de Miguel Castillo y del reportero Víctor Hugo Sánchez.

Resumió la entrevista del productor Víctor Hugo O'Farril y la réplica anónima que apareció en la contraportada varios días después. Ahí Francisco Cruz, el único citado, habló sobre las notas que incomodaron a Notmusa y de la relación entre ésta y Televisa.

El periodista especializado en medios de comunicación preguntó si la empresa pensó en las repercusiones o las acusaciones por autocensura. Cruz contestó:

"Han pensado en salvar su relación con Televisa, por la importancia de publicaciones como *TV Notas*, por *Récord*, por sus publicaciones de espectáculos. Piensan en salvar sus otras publicaciones".[62]

El número 92 de la revista *Zócalo* dedicó una de sus páginas para informar del despido de Miguel Castillo.

El texto resumió la entrevista al ex productor O'Farril, así como la réplica anónima publicada el 12 de octubre y la medida contra los reporteros de Notmusa.

"La publicación de la entrevista provocó la ira de Emilio Azcárraga Jean, quien ordenó el veto en las actividades artísticas y deportivas a las once publicaciones de Notmusa: *Notas*

[62] Villamil, Jenaro. "La autocensura se impone" en *Proceso*, revista semanal, número 1616, 21 de octubre de 2007, México, DF. p. 69.

para ti, *Tv Notas*, *Tv Notas USA*, *15 a 20*, *Veintitantos*, *H para Hombres*, *Diario Récord*, *4 Ruedas*, *Ser Mamá*, *Nueva Mujer* y *El Centro*".[63]

En ese número Luis Guillermo Hernández no tuvo duda alguna en calificar la actuación de Notmusa como censura:

"Nos dijeron que esos reportajes habían vulnerado la viabilidad de la empresa, y que por eso se decidió la salida de Miguel Castillo. Platiqué con él y me comentó su enfado y su convencimiento de que su despido y los argumentos de la empresa son un acto de censura burdo.

"Se decide separar al director del periódico porque pone en riesgo la viabilidad como empresa editorial. Independientemente de las circunstancias periodísticas o de otra índole, se antepone el interés de la empresa, se separa al directivo incómodo, ¿no? Eso se llama censura aquí y en China".[64]

En la entrega del 28 de octubre de 2007 de su columna *Ojo por Ojo*, el periodista Álvaro Cueva dudó del veto de Televisa.

El columnista especializado en televisión sostuvo la idea de un supuesto intento de Notmusa por hacerse de publicidad, llamar la atención y vender más.

Consideró que lo único que buscaba la empresa dirigida por Carlos Flores era ejercer presión y hacer negocio a través de los escándalos:

---

[63] Sin autor. "El empresario Carlos Flores Núñez descabeza El Centro" en revista *Zócalo*, número 92, octubre 2007, México, DF, versión en internet. Tomado del sitio: www.periodistasenlinea.org/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=6011 y consultado el 4 de enero de 2011.

[64] *Idem.*

"Si Televisa vetara a *Milenio*, *El Universal* o *La Jornada*, yo entendería que podría estar atentando contra la libertad de expresión, pero dejar de favorecer a unas publicaciones que lo único que quieren es ejercer presiones y hacer negocio a través de escándalos, no creo que vaya por ese lado".[65]

El periodista deslizó la idea de que *El Centro* fue hecho para crear presiones políticas y comerciales y que "se ha dedicado a molestar a diferentes instancias en ejercicios poco periodísticos".[66]

"Desde hace meses, en una clara respuesta a la campaña '50 años de la telenovela' de Televisa, *El Centro* había estado sacando unos artículos particularmente negativos al respecto.

"La cúspide de esta contracampaña fue una entrevista publicada en dos partes con Víctor Hugo O'Farril, ex vicepresidente de Televisa, donde el señor despotricó contra todo lo que pudo".[67]

Unafuente.com, el blog creado por los periodistas Jorge Zepeda Patterson y Alejandro Páez Varela, entre otros, reprodujo el 20 de octubre lo publicado por la revista *Zócalo*.

El martes 16 de octubre Juan Carlos Romero Puga escribió en su blog *En Medio* sobre la salida de Miguel Castillo. Según el periodista, colaboradores del diario "ya hablaban de problemas que apuntaban incluso a la cancelación total del proyecto", conflictos que tuvieron como colofón la entrevista con O'Farril.[68]

---

[65] Cueva, Álvaro. "El Veto de Televisa" en *Ojo por Ojo*, columna del 28 de octubre de 2007 publicada en el sitio www.alvarocueva.com, México, DF. Tomado del sitio www.alvarocueva.com/alvaro2/detalle.asp?Id=2279 y consultado el 4 de enero de 2011.
[66] *Idem.*
[67] *Idem.*
[68] Romero Puga, Juan Carlos. "Choque con Televisa ocasiona cambios en *El Centro*" en el blog *En Medio*, 16 de octubre de 2007, México, DF. Tomado del sitio http://enmedio.wordpress.com/2007/10/16/choque-con-televisa-ocasiona-cambios-en-el-centro/ y consultado el 4 de enero de 2011.

Juan Carlos mencionó el conflicto con Televisa, la medida contra Notmusa y lo que tenía sólo como rumor hasta ese momento acerca del regreso de Salvador Camarena.

3.2. La llegada de Camarena y la consultoría

En la edición del viernes 19 de octubre, una semana después de la publicación de la réplica anónima y de que avisaran a Miguel Castillo de su salida, Salvador Camarena apareció en el organigrama del diario como el nuevo director editorial.

Hasta ese día fue cuando desaparecieron del directorio Miguel Castillo, Francisco Cruz y Alejandro Gómez, quien reapareció el día 24 como Director de la División Deportes de Notmusa.

Pese a su aparición en el directorio, Salvador empezó a trabajar en la redacción varias semanas después. Esos días fueron de incertidumbre para reporteros y editores, sabían que el cambio era inminente, intuían hacia dónde se enfocaría, pero sólo eso.

"No sabíamos el giro que iba tomar el periódico, sabíamos ya que era fácil de doblegar. (…) La contraportada fue reamente ofensiva, no recuerdo un caso similar, fue un antecedente muy triste y humillante. Te da a entender que los intereses de un medio no son precisamente los periodísticos sino los comerciales", comenta Eric Estrada, ex asistente y ex reportero de la sección Coordenadas de la Ciudad.

Ivonne Paredes, también ex reportera de la sección metropolitana, recuerda su temor por los posibles retrasos en el pago de sueldos o que la publicación acabara antes de concluir 2007.

La periodista Sheila Amador, quien entonces cubría el Gobierno del DF, creyó que sería el principio del fin del diario, que habría un cambio radical.

Héctor Zamarrón, el ex subdirector, manifiesta hasta dónde llegaron las dudas sobre el futuro del periódico:

“Entiendo que ya para cuando se da la crisis con Televisa, ya Carlos Flores había valorado la opción de cerrar el periódico o de buscar un cambio en la dirección, que la entrevista no fue necesariamente el detonante de la pérdida de confianza en Miguel de parte de Carlos Flores”.

Para Ulises Castellanos, el coordinador de fotografía, fueron semanas de incertidumbre y desánimo por las renuncias y despedidos que empezaron a darse, pero además tensas porque había un periódico en circulación que se publicaba a diario.

Salvador Camarena insistió frente a Carlos Flores en el modelo periodístico esbozado al principio, en 2006, antes de que se estrenara el tabloide. Según el periodista, el presidente de Notmusa ofreció total libertad. “Todos los errores editoriales son míos”, afirma.

De acuerdo con la versión de Salvador, Notmusa omitió el conflicto con Televisa cuando lo contrataron y cuando llegó a la redacción:

“A mí no me lo platicaron, fue antes de que yo llegara. No me lo preguntaron cuando pasó; insisto, creo que no se manejó bien, (pero) cuando llegué no fue tema”.

Camarena advirtió al director general de Notmusa que haría cambios drásticos “al aire”, pues el tabloide ya estaba circulando, y que las modificaciones generarían reacciones dentro y fuera del periódico. Carlos Flores le dio luz verde, le dijo que hiciera los cambios necesarios.

El nuevo director editorial se apoyó en los servicios de una consultoría que le ayudaría a reorientar el diario, una firma que además le mostraría los perfiles del equipo editorial que se había quedado.

Según testimonios de ex reporteros, no todos participaron en las evaluaciones organizadas dentro de la redacción, las cuales incluían entrevistas personales y dinámicas grupales.

Ivonne Paredes, ex reportera de medio ambiente, fue una de las elegidas. El personal de la consultoría le informó que los ejercicios tenían por fin un rediseño y que no tuviera miedo de expresar su opinión sobre el rumbo que la publicación tomaba.

En la sesión grupal donde participó Ivonne se formaron equipos de tres personas para contestar un cuestionario impreso y en donde debían anotar sus nombres. Algunas preguntas eran si estaban de acuerdo con la nueva dirección, con el perfil que se pretendía y cómo veían *El Centro* de antes y el encabezado por Salvador Camarena.

Eric Estrada fue de los citados a un encuentro personal con la consultoría. Cuando lo llamaron ya sabía quiénes lo buscaban y para qué lo querían.

-¿Tú qué haces?, le soltó lacónico un hombre dentro de un cubículo de cristal.

-Soy el asistente editorial de Ciudad.

Eric explicó todas y cada una de las funciones de su puesto a la persona que tenía en frente y cuando concluyó tuvo como respuesta un: "Gracias, es todo".

De acuerdo con Eric, Notmusa no aclaró quiénes cumplían con el perfil esperado para la nueva etapa y quiénes no. Cree además que quienes pasaron por la consultoría eran los que estaban en la lista de recortes.

Sheila Amador piensa que la actividad de la consultoría no se leyó bien en la redacción, pues fue interpretada como una evaluación de las capacidades que ya se habían demostrado.

La consultoría diagnóstico que había una falta de planeación en el quehacer editorial de todos los días, una evaluación que desde el punto de vista de Fernando Martínez, ex editor, se podía hacer a simple vista.

“No se empezaba a planear sino hasta la seis u ocho de la noche, cuando Salvador llegaba al periódico, cuando llegaba; es decir, eso te habla más improvisación que de lineamientos o de ideas generales a seguir. Pocas personas se atrevían a decidir si no estaba Salvador”, agrega Fernando.

Con Miguel Castillo, recuerda, el 70 por ciento de la información que se llevaría al día siguiente estaba resuelto por la tarde, pero en *El Centro* de Camarena sólo el 20 o 30 por ciento de la información estaba decidida temprano.

Marco Antonio Martínez García, reportero de política que entró en la etapa de Salvador Camarena, también observó que la elección de la información se hacía tarde.

Percibió desorganización y retrasos en la elección de las notas que irían en la portada. A veces daban las nueve de la noche y aún no se elegía la nota principal.

Omar Fierro Mendoza, ex reportero de Coordenadas de las Ciudad, cree que las ausencias frecuentes de Salvador Camarena en la oficina perjudicaron la coordinación en el día a día del periódico. Para Omar, el director estaba más enfocado en atender sus relaciones públicas.

Salvador aprovechó su amistad con Denise Maerker para que se mencionara alguna nota fuerte del periódico en el espacio televisivo de la periodista (*Punto de Partida*), y en donde él colaboraba.

Además obtuvo otro acuerdo para que los reporteros de *El Centro* pudieran comentar al aire algunas de sus notas en el noticiero radiofónico de Maerker. Había que aprovechar cualquier espacio mediático para difundir el trabajo del periódico.

Camarena también aprovechó su participación en una mesa de debate transmitida por W Radio los lunes para hablar sobre los temas que traía la publicación.

Los resultados de las evaluaciones de la consultoría fueron conocidos por muy pocos, entre ellos, desde luego, Salvador Camarena y Carlos Flores.

Héctor Zamarrón dice que no tuvo acceso a esas evaluaciones, sólo a trascendidos:

"Se habló mucho de lo que el mismo Salvador negoció y dijo. Él pidió de hecho a Recursos Humanos que despidieran a varios reporteros, era una lista como de cuatro".

3.3. Los recortes de personal

Salvador Camarena se había convencido de que había que bajarle peso a la nómina, "quitarle al diario lo que le estorbaba", pero no refundarlo. Uno de los primeros asuntos que lo ocuparon fue el tamaño de la plantilla. Desde su punto de vista, había un equipo "completamente sobredimensionado".

Vio en unas tablas de Excel casi 150 personas en nómina y decenas de vacantes, cifra que estimó innecesaria para un periódico de 55 páginas.

Las áreas de Encuestas y de Corrección de Estilo fueron eliminadas. Salvador creyó más fácil lograr un convenio con una firma encuestadora para obtener contenido que crear una infraestructura propia que además debía de acreditarse en el mundo del periodismo para ser tomada en serio.

En este punto Héctor Zamarrón también coincide con Camarena, pues cree que el área de encuestas fue costosa para la empresa.

En cuanto a los editores y reporteros, Salvador dejó al principio que las cosas se fueran acomodando a través de una autodepuración tras el despido de Miguel Castillo:

“Le dije a Carlos: ‘Deja que se vaya toda la gente que se quiere ir porque seguimos formando periodistas que tengan muy claro que esto va a ser un periódico distinto, y si retenemos gente que no se quiere quedar, ¿para qué batallamos? Te va a costar más trabajo’”.

Desde su punto de vista, la gente que renunció no estaba a gusto con el nuevo camino y por lo tanto sobraba:

“Era buena gente, pero no quería hacer ese periódico. Querían hacer un periódico del siglo XX y *El Centro* estaba llamado a ser un periódico del siglo XXI. Cometí muchos errores, pero creo que el principal fue no haber separado a esa gente desde mucho antes de lo que pude irlos separando. Estoy hablando de algunos 20, que se quedaron para ver lo que íbamos a hacer, que se vale, pero le regateaban a *El Centro* la personalidad que se buscaba.

“Siempre estaban con la resistencia interna de: ‘Eso no va a funcionar’. Había gente que renegaba por los pasillos (al decir): ‘¿Cómo vamos a hacer infoentretenimiento?’ Y sí, eso era”.

Ivonne Paredes Vadillo regresó a la ciudad de México la noche del 14 de febrero luego de un viaje personal breve. Al día siguiente trabajaba, así que se conectó a internet para checar su correo.

A través del Messenger varias personas le expresaron su apoyo por lo que había ocurrido. ¿Qué pasó?, preguntó.

Ese día despidieron a varios reporteros. Ella estaba en la lista, pero su teléfono celular no estuvo disponible todo el día por su ubicación fuera del DF. Esa misma noche, mientras estaba frente a su computadora, sonó su teléfono. Era Raymundo Sánchez Patlán, el nuevo coordinador de Ciudad, para pedirle que fuera a la redacción esa misma noche.

Ivonne contestó que sí y que ya sabía de qué se trataba. Ya en la redacción del quinto piso Raymundo Sánchez y Julián Andrade Jardí, el nuevo subdirector de Información, le informaron que estaba fuera debido a un recorte de personal. El segundo le dijo que la decisión nada tenía que ver con su trabajo y hasta una recomendación le ofreció.

Ivonne no puso objeción, sólo aclaró que pediría lo que le correspondía de liquidación. Al siguiente día acudió a Recursos Humanos, ahí se encontró con los reporteros despedidos.

Los recortes de personal se hicieron de forma escalonada, desde finales de 2007 y hasta octubre de 2008, cuando cerró el periódico. No sólo incluyeron a reporteros y editores, también a colaboradores.

En diciembre de 2008 Notmusa prescindió de los cartones políticos de Cintia Bolio, quien había colaborado desde que arrancó el diario. La caricaturista vio en la decisión de la empresa una "vocación conservadora":

"Se me invita como parte del personal izquierdoso que, se pretendía, diera equilibrio al diario, pero cambios en la dirección ocurridos en octubre, van cargando la línea editorial más a la derecha y es a mediados de diciembre cuando *El Centro* decide divorciarse de mis cartones (sin dificultar, al no existir contrato), [paréntesis de la columnista]; al considerarlos editorialmente "incompatibles" con su proyecto, en fin, es una pena perder el espacio, desde luego, y ver que un diario tan joven tenga esta vocación conservadora que se niega a criticar al sistema".[69]

[69] Declaraciones de Cintia Bolio a la revista *El Chamuco*, publicadas el 28 de enero de 2008 (número 141, p. 46) y retomadas por el periódico *La Jornada de Oriente* el 13 de febrero de 2008, México, DF, versión en internet. Tomado del sitio www.lajornadadeoriente.com.mx/2008/02/13/puebla/s2ret09.php y consultado el 4 de enero de 2011.

Según Ulises Castellanos, la consultoría recomendó recortes de personal en todas las áreas.

Relata que al equipo de diseño le quitaron casi la mitad de sus elementos, además se redujeron direcciones y subdirecciones, y al diseñador de portada lo cambiaron varias veces.

En su libro *En la Mira*, Ulises registra la conducción de su equipo de fotografía en esos días:

> "Desde el primer día de la crisis, ya sin director, nos 'acuartelamos' en el departamento de Rogelio Cuéllar [fotógrafo], frente al Parque México. Ahí, sin descuidar la producción del diario, intercambiamos información, nos pusimos al día en el tema de las renuncias y tomamos juntos la decisión de dar prioridad al grupo, es decir, esperaríamos la llegada de Salvador Camarena para definir nuestra estancia en función de una primera conversación con él. La incertidumbre de permanecer o renunciar estaba sembrada por el desconocimiento sobre lo que él esperaba de fotografía. Las dudas se despejaron casi inmediatamente en la primera conversación: fuimos el único equipo que se mantuvo como tal en el área editorial".[70]

El argumento para adelgazar la redacción no quedó claro entre el equipo editorial porque los despidos venían acompañados de nuevas contrataciones.

A Eric Estrada, el asistente y reportero, le extrañaba que las plazas vacantes fueran ocupadas más adelante. Eric también fue recortado.

Entre las nuevas cabezas que llegaron a *El Centro* de Camarena estuvieron Julián Andrade Jardí, quien dejó *Milenio Diario* para ocupar el nuevo cargo de subdirector de Información, y Ana Francisca Vega, quien fue subdirectora de Estrategia, cargo que no existía en la primera etapa del tabloide.

[70] Castellanos Herrera, Ulises. *Op. Cit*., p.52.

Fernando Martínez, el ex editor de Ciudad, coincide con la percepción de Salvador y Héctor sobre la obesidad de la redacción; sin embargo, cuestiona lo elevado de los sueldos que supuestamente tenía la nueva gente con cargos directivos.

La entrada y salida de periodistas le hacen pensar a Omar Fierro que Salvador no lograba consolidar el nuevo equipo que buscaba:

"La movilidad en un medio, como la que llegó a haber en *El Centro*, de renuncias todas las semanas, ingresos cada 15 días, la verdad es que te habla de que los editores y los reporteros se daban cuenta de que era un proyecto que no termina por definirse, entonces había muchos reporteros y editores (que) ante una situación de esas se desesperaban y se iban".

El periodista considera que Camarena pudo haber evitado un nuevo crecimiento de la redacción (disminuida tras las renuncias y despidos de periodistas) hasta tener claro qué periódico quería.

Jorge Guzmán, ex editor del diario, cree que Miguel Castillo deseaba armar un periódico grande y ahí el porqué de tantas plazas, pese a que se trataba de un metropolitano que apenas empezaba.

Compara el tamaño de la sección metropolitana de *El Centro* con la que tenía en 2010 la sección capitalina de *El Universal* o con la plantilla que tiene *La Razón*, diario que apareció en 2009.

Héctor Zamarrón vio también una redacción demasiado grande para una publicación que apenabas arrancaba. Compara *El Centro* con *Público*, periódico español fundado en septiembre de 2007, el mismo año que el tabloide de Notmusa.

Según Zamarrón, el equipo del rotativo, incluyendo áreas como la administrativa, comercial y publicidad, tenía el mismo tamaño que la parte editorial de *El Centro*.

Gabriel Pérez, ex coordinador general editorial, también observó una nómina exagerada para un medio de reciente creación. Una nómina que si bien no fue la más cara de Notmusa, dice, al menos sí fue tan costosa como la de *TV Notas*.

Agrega que Notmusa acaba de construir su nueva sede en Periférico Sur y la Picacho Ajusco, lo que le significó una inversión fuerte.
Carolina Pavón rechaza la versión de la nómina grande. De acuerdo con la ex jefa de información, los tabuladores y el número de plazas fueron fijados por la empresa y Carlos Flores los autorizó.

Argumenta que la casa editorial quería un producto con calidad y eso implicaba dinero. El tabloide, ejemplifica, necesitaba buenas investigaciones y había que pagarle bien a los reporteros y a los correctores de estilo.

Agrega que la redacción del diario no era grande comparada con *El Universal*, *Milenio* o *Reforma*.

"Ellos fijaron las reglas. Si no hubiéramos seguido las reglas a los dos meses hubieran estado afuera varios y no fue así", afirma.

A Ulises Castellanos, quien fuera coordinador de fotografía, le pareció correcto el tamaño de la nómina para el periódico que se manufacturaba. Compara al tabloide con un Ferrari que arrancó con potencia, pero que en el camino se le cambiaron llantas, puertas y más piezas, por lo que al final el auto ya no tenía un modelo claro.

Dice que pudo parecer excesivo el tamaño de la nómina si se le compara con otros impresos que trabajan con menos personal del que tenía *El Centro*.

Notmusa informó hacia mediados de 2008 que se implementaría una recontratación de personal a fin de reducir la carga fiscal, acción que supuestamente beneficiaría a los empleados.

Los sueldos se reducirían en los recibos de nómina, pero la remuneración que tenía cada empleado antes de la medida sería igualada a través de otros conceptos, como bonos por productividad o puntualidad.

Diana Pérez, Víctor Casarreal y otros reporteros de *Récord* no aceptaron las nuevas condiciones contractuales y prefirieron salir en septiembre de ese año.

"En una junta nos informaron que según íbamos a estar ganando lo mismo, pero nuestro recibo iba a decir una cantidad menor y la otra cantidad nos la iban a pagar mediante algunos bonos o prestaciones u otro tipo de pago. En el recibo de una persona que ganaba 10 mil pesos, a lo mejor decía 5 mil pesos y el resto lo pagaban de otra forma", ejemplifica Víctor.

El ex reportero de *Récord* estima que fueron entre 20 y 25 personas las que abandonaron el tabloide por no estar de acuerdo con el nuevo esquema.

Omar Fierro tampoco aceptó las nuevas reglas que debían ser firmadas a más tardar en noviembre y optó por irse; sin embargo, la empresa se le adelantó al incluirlo en uno de los últimos recortes.

"Hubo pláticas para decirnos que las condiciones laborales serían distintas; ellos prometían no bajar el sueldo, pero se trabajaría bajo un esquema de outsourcing, pero que implicaba hacer una reducción de prestaciones laborales.

"Tu aportación a la Afore no iba hacer de un reportero que ganaba 12 mil pesos, sino la de un obrero que gana el salario mínimo, bajo la justificación de que si se ahorraba en los impuestos la empresa ganaba y no perdías nada. Yo creo que sí perdías", comenta.

Gabriel Pérez Osorio, quien fuera coordinador general editorial del periódico con Salvador Camarena y actualmente (2011) es parte de *TV Notas*, escribió lo siguiente en su colaboración para el libro de Ulises Castellanos *En la Mira*:

> "(…) desde julio de ese mismo año [2008], GEN [Grupo Editorial Notmusa] había anunciado a sus directores que debería tomar una drástica medida para equilibrar sus finanzas, que atravesaban por una fuerte crisis de flujo de efectivo. Malos manejos administrativos que costaron la cabeza de, al menos, el director de administración y el de recursos humanos de la empresa, obligaron a GEN a cambiar su esquema de nómina".[71]

3.4. El giro editorial

El viernes 19 de octubre *El Centro* salió con una portada (sugerida por Zamarrón) sobre el Día Internacional de la Lucha contra el Cáncer de Mama. La imagen era un par de senos bajo un top blanco con la cabeza "Tócate vale la pena". Ese día se usó el color rosa en las páginas del tabloide.

A partir de esa edición Salvador Camarena inició la búsqueda de una nueva personalidad para el periódico. Una de las primeras cosas que hizo al llegar a la redacción fue colgar portadas de diarios como *New York Daily News*, *Mirror* y *Público*, y pidió se colocaran también las de *El Centro*:

"Había muy buenas portadas de esa primera época. No podíamos darnos el lujo de empezar de nuevo todos, teníamos que aprender de errores ya cometidos, de virtudes que ya estaban ahí planteadas y teníamos que empezar a repetir aquellas portadas que yo creía eran la personalidad que debíamos consolidar y evitar aquellos caminos que estaban mal".

En la junta donde presentó sus cartas credenciales al equipo editorial como nuevo director comentó que buscaba que *El Centro* fuera el periódico de la ciudad de México y que tomara partido por ciertas causas o temas, como ocurría con sus tabloides referentes.

Salvador puso especial atención en la sección metropolitana al destacarla más que la información general nacional:

[71] Castellanos Herrera, Ulises. *Op. Cit*., p. 54.

“Y hubo gente que sentía que se estaba traicionando el proyecto. ¡Claro que se estaba traicionando el proyecto! Yo creo que no era el proyecto que queríamos hacer”.

Con Camarena Notmusa trató de acercarse a esa clase media en la que habían pensado originalmente como su target, su público objetivo. Querían que la gente se viera reflejada en las páginas del diario, aunque no cualquiera.

El Centro puso especial atención en las zonas de mayor plusvalía del Distrito Federal, como Polanco, Lomas de Chapultepec o Del Valle, colonias atendidas bajo la dirección de Miguel Castillo, pero que con Camarena serían prioritarias.

Desde la óptica de Salvador Camarena, la ciudad de México carece de los personajes fotogénicos que aparecen en deportes o espectáculos, aquellos que son referentes para el público por su popularidad.

Todo lo que ve el lector de diarios en las páginas de información general son políticos serios con discursos rígidos, personas con poca gestualidad y detrás de un micrófono, una tribuna, un escritorio o sentados en una curul.

La encomienda de los diseñadores fue entonces crear un periódico con una presentación similar a la de una revista; y para los fotógrafos, llevar imágenes de gente bonita, feliz.

“Fuimos encontrando un modelo muy arrevistado, nada nuevo, donde personalidad, más tema de coyuntura, vende muy bien, e intentando un equilibrio de despegarnos de la coyuntura. Una cosa más relajada, más entretenida”, dice Salvador.

Algunos ejemplares, agrega, lograron ser como él los había imaginado, con la nueva personalidad que buscaba.

Fernando Martínez, ex editor de la sección metropolitana, vio una intención en Salvador por hallar esa definición del diario y luego buscar en las calles al lector de *El Centro*, algo que, desde su punto de vista, no ocurrió en la primera etapa del periódico:

"Como no fue un proyecto claro desde el principio, no tenían bien focalizado eso que denominan su target; como quiera, cuando Salvador llegó dijo: 'Para mí que el lector de *(El) Centro* vive en tal zona, viste tal ropa, anda en tal coche, si tiene un perro es de tal raza'. Es decir, si quieres con mucha chabacanería, pero ahí había la prefiguración, me parece que al principio de *(El) Centro* no estaba esto".

El diario destacó las fotos de rostros como nuevo recurso gráfico. Las imágenes de la gente iban acompañadas de una frase extraída de sus respuestas a un tema plateando por el reportero. Un recurso que *Reforma* o *El Universal* ya utilizaba.

"Hubo un cambio en el estilo de hacer la foto, si hacía frío no íbamos a fotografiar la salida de Pantitlán con la señora con sus rebozos, sino la gente en el Starbucks con sus bufandas", recuerda Ulises Castellanos.

El ex coordinador de fotografía agrega que desapareció la cobertura de la zona conurbada de la ciudad de México. Los municipios mexiquenses atendidos en la primera etapa se eliminaron de la nueva agenda para enfocarse a la temática del Distrito Federal.

Ulises Castellanos vio en Salvador Camarena a un periodista con ideas "más modernas", más ágiles, y con una propuesta editorial más "arrevistada" debido a su experiencia en *Chilango*.

Es un tipo muy ágil, continúa, que a botepronto cachaba la nota del día o hallaba un aspecto insólito a una información para llevársela en la portada.

"Tuvimos grandes éxitos, como la cobertura del News Divine o el seguimiento al famoso caníbal (un homicida de la colonia Guerrero)… sin duda fue un periodo de estrés, pero

Salvador le estaba dando un nuevo giro al periódico que me parece que iba a conectar con otro sector", comenta en entrevista con el autor de este trabajo.

Fernando Martínez vio un tabloide todavía más gráfico, más lúdico y por lo mismo más desafiante para los editores, "un desafío personal de decir cómo voy a resolver esta página con esta información tan común y corriente y a veces se podía y a veces fracasábamos". Esta parte, la irreverencia gráfica, fue la más innovadora para Fernando en la etapa de Camarena.

Jorge Guzmán, también ex editor, considera a Salvador Camarena un "periodista bueno" al que le fue heredado un diario destinado al fracaso, conformado por personas que probablemente jamás hubiera elegido.

Pese a eso, dice, "empezamos a hacer eco porque descubrimos que un periódico chico no necesariamente era bueno por las exclusivas, sino por cómo presentaba lo que todo mundo sabía".

Las portadas fueron más extravagantes, como aquella del tres de octubre de 2008, en donde la nota y foto principal fueron los disturbios durante la marcha del dos de octubre en la ciudad de México. La cabeza ("El mundo al revés") se refería a las agresiones que sufrieron uniformados por parte de manifestantes y la portada se imprimió de cabeza.[72]

El periódico se abrió más al entretenimiento, una prueba fue la aparición en febrero del suplemento dominical "Gossip", que abordaba notas de la farándula nacional e internacional.

Otro ejemplo fue el crecimiento de la sección "D Farra", un espacio semanal donde se reseñaban lugares de esparcimiento, como bares, antros y centros de espectáculos.

[72] Portada del periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 2, número 576, 3 de octubre de 2008, México, DF.

Las portadas alojaron más temas de futbol o farándula, como aquella nota principal del 16 de abril en donde Notmusa informaba en exclusiva del reencuentro entre Cristian Castro y su mamá Verónica.[73]

Había que cambiar el supuesto tono enfadado, amargo y anticalderonista por uno más fresco y ligero. Uno tono que abriera la portada, por ejemplo, a temas deportivos, añade Gabriel Pérez, ex coordinador editorial:

"Hasta la fecha (Carlos Flores) dice que el día que dijo 'Ah, esta cosa está caminando' fue el día que vio a Hugo Sánchez en la portada, el día que lo corrieron (como técnico de la Selección Nacional). Hacía allá quería Carlos que fuera (el tabloide) y hacía allá nunca fue Miguel, siempre fue más o menos lo mismo".

Para Marco Antonio Martínez, quien se incorporó como reportero de política en la etapa de Salvador Camarena, el periódico era una apuesta diaria, una oferta editorial que evitaba seguir la agenda temática de otras publicaciones, particularmente la política.

Marco vio un tabloide fresco y novedoso al que se le podía aportar más, pero al que le faltó tiempo porque no terminó de "cuajar", pues a veces le parecía leer "un *Metro* para gente nice o un *Reforma* versión tabloide".

Pese a esa falta de definición, Marco observó en Salvador a un periodista con talento para "darle la vuelta a notas" de una manera diferente, capaz de hallar ángulos informativos que otros periodistas no ven.

El diario abrió sus páginas a políticos para que colaboraran con artículos de opinión, como Mariana Gómez del Campo, entonces dirigente de PAN en el DF, o Jorge Schiaffino Insunza, priista y entonces diputado de la ALDF. También se crearon secciones como "Personaje del Día", en donde se reseñaba o entrevistaba a personas de la vida política, deportiva o cultural.

[73] Portada del periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 2, número 407, 16 de abril de 2008, México, DF.

Mención aparte merece el suplemento semanal "En la Mira", espacio dedicado al fotoperiodismo y coordinado por el titular del área de fotografía, Ulises Castellanos.

En su libro *En la Mira*, el periodista gráfico narra que el suplemento fue uno de sus mayores sueños como editor y fotógrafo. La idea se materializó en noviembre de 2007 cuando Salvador Camarena, quien recién se incorporaba al periódico, autorizó su creación.

Durante 44 semanas se publicaron trabajos de fotógrafos de casa y externos. Además la oferta se acompañaba por la pluma de un escritor o cronista, como Fabrizio Mejía Madrid, Edgardo Bermejo, Laura Emilia Pacheco, Ana Clavel o Elizabeth Romero.[74]

"La fotografía dentro de *El Centro* fue mucho más valorada durante el periodo de Salvador que en la (etapa) anterior y diseño fue acotado", comenta Ulises.

El actual coordinador académico de la Fundación Pedro Meyer[75] está convencido de que un proyecto fotográfico de largo aliento en un medio sólo puede caminar si está apoyado desde la dirección editorial. Y el despliegue fotográfico que tuvo el tabloide, agrega, se obtuvo gracias a la apertura de Salvador Camarena.

Con Salvador surgió "Vida", una sección que aparecía todos los días y con un diseño muy peculiar. La página que abría el apartado era un aviso de que el lector había llegado ya a esa parte. Cada edición mencionaba el día de la semana correspondiente y citaba la frase "La nueva sección Vida busca sincronizar con tu agenda de la semana para que disfrutes tu diario mucho más".

Era un diseño austero con un fondo blanco, en la parte superior el nombre de la sección, tres frases, el cabezal de *El Centro* y abajo una imagen que trataba de sugerir uno de los temas abordados: una taza de café, un copa de vino, etc.

---

[74] Castellanos Herrera, Ulises. *Op. Cit.*, p. 46

[75] Ulises Castellanos renunció al periódico el 11 de septiembre de 2008 para irse a *Excélsior* como coordinador de fotografía, medio del que salió en 2010 y ese mismo año fue invitado por el fotógrafo Pedro Meyer para dirigir la fundación que lleva su nombre.

La sección era editada por Mariela Gómez y se ofrecían contenidos sobre moda, salud o lugares para el espaciamiento.

Nicolás Alvarado, hombre de letras y colaborador, definió así las dos etapas del diario cuando éste cerró.

> "En su corta vida, *El Centro* tuvo dos épocas claramente distintas: la primera, bajo la batuta de Miguel Castillo -a quien agradezco, como agradezco al entonces subdirector Héctor Zamarrón, la invitación a subirme al que un día fuera su barco- apareció marcada por un periodismo osado y duro, valiente aunque acaso un pelín escandaloso; la segunda, la de Salvador -a quien agradezco no haberme echado a la calle a su llegada-, fue menos combativa y acaso más ingeniosa, logró perfilar un diario más joven, más divertido y más socarrón que los demás, preocupado por fijar una agenda informativa más cercana a la sociedad y menos a la clase política".[76]

Con Salvador Camarena *El Centro* inauguró su habitación en el ciberespacio. Aunque no se ofrecía información en tiempo real, la página web alojaba la edición impresa del periódico en versión PDF.

-¿Cómo viste *El Centro* con Salvador Camarena?, se le pregunta a Héctor Zamarrón.

-Creo que tuvo un giro temático que lo acercó un poco más a la idea original de la publicación.

-¿Te gustaba ese *Centro*?

-Sí, porque fue abrirse a más temas que no se estaban viendo, fue romper el molde tradicional, no creo que haya sido menos crítico en el sentido clásico, porque se siguieron sacando notas duras.

---

[76] Alvarado, Nicolás. "Descentrado" en blog de *1:N Primero Noticias con Carlos Loret de Mola*, 16 de octubre de 2008, México, DF. Tomado del sitio http://blogs.esmas.com/loretdemola/index.php/2008/10/16/descentrado/ y consultado el 12 de septiembre de 2010.

El 21 de febrero el periódico presumió en una de sus páginas sus 10 premios Excelencia al Mejor Diseño Periodístico otorgados por la Society For News Design.

3.5. Los contrastes en la crítica

El periodista Gerardo Jiménez Delgado vio en *El Centro* de Camarena un giro editorial de 360 grados. Un periodo de incertidumbre, dice.

El trabajo del periodista fue respetado, aunque, en algunos casos se lo "abarataron" al editarlo de forma tal que fuera más "entretenido".

A Sheila Amador, entonces encargada de la cobertura del Gobierno del DF, le pedían notas poco comunes, como cubrir sobre una bici los recorridos que Marcelo Ebrard también hacía en bicicleta o investigar sobre las marcas de su ropa, peticiones "descabelladas" para ella.

"A mí me interesa lo que hace el Jefe de Gobierno que le afecte a la ciudad, pero ya no me interesa ni su vida privada o si su marca de ropa es cara o no, a menos de que afecte las finanzas de la ciudad, era distinto a lo que estaba investigando antes, como de programas, de cuestiones más del gobierno", agrega.

Sheila considera además que los periodistas que llegaron en la etapa con Camarena recibieron más espacio en las páginas del periódico: "El juego que le dieron a la gente que llegó con el otro equipo sí fue un cambio radical".

Ivonne Paredes, entonces reportera de la sección metropolitana, concluyó que empezaba a ser infiel con ella al darle a la información que reporteaba un tratamiento distinto al que estaba acostumbrada.

Recuerda incluso cuando personal de la Secretaría del Medio Ambiente capitalina le compartió su impresión sobre el nuevo director: "A Salvador le gustan más las notas de bicis que los madrazos".

Para Salvador Camarena y Héctor Zamarrón el ejercicio crítico se mantuvo en la segunda etapa.

A decir del nuevo director, Carlos Flores nunca le sugirió algo que pudiera mermar su margen de maniobra o capacidad de conducción. “Al contrario, Carlos es un acelerador”, comenta en entrevista con el autor de este trabajo.

Jorge Guzmán dice que *El Centro* con Camarena fue crítico cuando el tema lo ameritaba. Lo que se buscaba, dice, era crear empatía con el lector y transmitirle sensaciones.

“Si dejar de ser crítico significa darle un poquito de objetividad y dejar la vena y la ira militante por la chacota, pues a lo mejor sí dejamos de ser críticos, pero probablemente éramos igual de críticos con otro tono”, manifiesta.

Gabriel Pérez Osorio dejó *Publimetro* en febrero de 2008 para sumarse al equipo de Camarena como coordinador general editorial, cargo que ocupó hasta que *El Centro* fue cerrado. En todo ese tiempo, afirma, tuvo libertad para ofrecer temas sin censuras.

Para Gabriel, el que no se publicaran trabajos obedecía a la diferencia de criterios editoriales entre los jefes y no a una autocensura; es decir, para él podría estar completo un trabajo, pero quizá para Salvador Camarena no.

“Nosotros (el equipo de Salvador) pusimos al procurador (general de Justicia del DF) como Batman y al secretario de Seguridad Pública como Hellboy, eso no lo hicieron ustedes (al referirse a la primera etapa del diario). Éramos un periódico golpeador, nada más que no éramos un periódico enojado”, agrega.

Gabriel se refiere a la portada del jueves 17 de julio de 2008 (año 2, número 499) donde aparecen los nuevos responsables de la Secretaría de Seguridad Pública del DF (Manuel Mondragón) y de la Procuraduría General de Justicia capitalina (Miguel Ángel Mancera) tras las remociones de los anteriores titulares por el caso News Divine.

Aprovechando dos estrenos cinematográficos de ese año, el diario utilizó un fotomontaje para ponerle a Mondragón el cuerpo de Hellboy y a Mancera el de Batman. Una portada más parecida a un cartón de algún monero que a la de un periódico "serio".

Marco Antonio Martínez, el entonces reportero de política en la etapa de Camarena, es diáfano en este punto: "Nunca tuve broncas para publicar, me respetaron mucho. La verdad es que yo tuve mucha libertad de trabajar y no me sentí atado".

Para el periodista, los políticos consentidos, temas o empresas intocables existen en todos los medios, así que no comparte lo que considera "purismos" en el periodismo.

No todos los reporteros creyeron que se mantuvo el ejercicio crítico practicado con Miguel Castillo. A los ojos de Eric Estrada, el asistente y reportero, *El Centro* de Miguel Castillo fue más incómodo para el poder político y empresarial.

Fernando Martínez, ex editor, considera que la cobertura del presidente Felipe Calderón y su esposa Margarita Zavala "se llevaba entre algodones" en *El Centro* con Camarena, pues no se le podía criticar al mandatario y las actividades de la primera dama debían cubrirse con "bombo y platillo".

Para Omar Fierro el ejercicio crítico se concentró en el Gobierno del DF y los *periodicazos* al gobierno federal disminuyeron. Dice que hubo temas en la cobertura capitalina que se desdibujaron, como los relacionados al trasporte público, una de sus fuentes.

Omar se convenció de que el tratamiento de su información varió y da un ejemplo. El martes seis de marzo de 2007, un día después de que el tabloide empezó a circular, publicó una nota sobre el líder del Sindicato Nacional de Trabajadores del Sistema de Transporte Colectivo Metro y entonces diputado en la ALDF, Fernando Espino Arévalo.

El dirigente había declarado que la gratuidad en ese sistema de transporte era muy costosa, pues le significaba 800 millones de pesos anuales que podían utilizarse en la rehabilitación de 40 trenes, entonces parados por falta de refacciones.

Espino Arévalo había sugerido que las tarjetas para el uso gratuito del Metro deberían entregarse sólo cuando hubiera una causa justificada. Descartaba a las personas de 60 años (como entonces se proponía en la ALDF), pues consideraba que aún estaban en plenas facultades físicas y podían emplearse.

El reportero contrastó en su nota el reclamo del dirigente por esos 800 millones de pesos con los mil 800 millones que el Metro le dio al sindicato en 2006 por concepto de fomento al deporte y la realización de proyectos de capacitación, educación y salud.

Molesto, el líder sindical dirigió una carta al director Miguel Castillo al día siguiente para reclamar por las declaraciones que, supuestamente, le había atribuido el reportero y para desdecirse de otras.

Espino amenazó con el inicio de una demanda por daño moral y lamentó que "un Diario de reciente circulación (el segundo número en la fecha de publicación del artículo en cuestión) [paréntesis del dirigente], se sustente en notas sensacionalistas de reporteros sin capacidad para asimilar las declaraciones que se le ofrecen, pues al Señor Fierro se le recibió en las oficinas del suscrito y se le atendió con cortesía y responsabilidad, proporcionándole una información distinta a la que publicó".[77]

A solicitud de sus jefes, Omar respondió a través de una carta dirigida también a Miguel Castillo. En su documento, el reportero respaldó cada frase de su nota con la versión estenográfica de la entrevista. La amenaza de demanda se cayó, pero las puertas del líder sindical no se volvieron abrir para el reportero.

[77] Espino Arévalo, Fernando. "Carta de Espino". Carta dirigida al director Miguel Castillo vía correo electrónico, fechada el 7 de marzo de 2007 y cuya copia posee el autor de este trabajo.

“En ese momento me di cuenta de la libertad que teníamos. Me dijo Miguel: ‘No te preocupes, estás 100 por ciento respaldado ante cualquier cosa que salga más adelante, tienes la grabación y no estás diciendo nada que no haya dicho él’. Después de eso desistió (Espino) y por supuesto no me volvió a dar alguna entrevista. Eso me dio mucha confianza. Eso marcó el trabajo con Miguel Castillo”, refiere Omar.

En la nueva etapa del tabloide, Omar vivió una situación distinta. Le habían pedido una nota sobre cómo afectaban los plantones y bloqueos frente a la Secretaría de Gobernación a los comerciantes de Bucareli.

El reportero efectivamente halló quejas entre los comerciantes, pero no por los manifestantes, sino por los elementos de la Policía Federal que cerraban las calles cercanas a la sede de la dependencia federal.

La mayoría de las entrevistas que hizo coincidía en que las afectaciones en las ventas las generaba el gobierno por los cierres, pues los locatarios ya estaban acostumbrados a las manifestaciones y finalmente los protestantes consumían mientras permanecían en la calle. La nota, asegura Omar, no se publicó.

El periodista Marco Antonio Martínez destaca el talento de Salvador Camarena para crear temas noticiosos que “cimbraran” a los lectores:

“Salvador era muy ambicioso, hubiera sido más fácil usar la fórmula chichis, sangre y futbol, pero él querías salirse del esquema”.

El domingo 22 de junio, dos días después del operativo fallido en el antro News Divine que terminara con la vida de 12 personas, los reporteros que cubrían información general recibieron el aviso de que Salvador los quería ver en junta el lunes por la mañana.

En esa reunión el director del periódico mostró su enfado por el tipo de información que los periodistas de casa estaban ofreciendo. Les preguntó si no estaban indignados por el operativo, por las víctimas.

Salvador no quería boletines o declaraciones de funcionarios, necesitaba información del operativo, del dueño del establecimiento, las víctimas, etcétera. Quería que esa indignación se reflejara en las páginas.

La portada del sábado 28 de junio de 2008 fue quizá el mejor ejemplo de cómo *El Centro* trató el caso. La primera plana era un anuncio similar a los que aparecen en los avisos oportunos de los periódicos. La cabeza y textos de apoyo fueron los siguientes:

Se solicitan ONG

Que quieran abogar por nueve jóvenes asesinados.

Requisitos: Atreverse a estudiar el video sin censura* del News Divine grabado por personal de la Gustavo A. Madero.

Toda la chamba es en la GAM. Abstenerse aquellos que sólo se interesan en Zongolica Atenco, Oaxaca, Jalisco, etc.

Prestaciones: El Centro pone a su disposición hasta 2 páginas de la edición del próximo lunes para que planteen su postura y acciones a seguir en el "Antrogate".[78]

Más abajo se ofrecía un correo electrónico de la redacción y se indicaba que las solicitudes se recibirían antes de las ocho de la noche de ese día.

El asterisco era un llamado al pie de página para acotar que 10 de 11 Organizaciones No Gubernamentales consultadas por el diario "no se habían atrevido" a examinar el video.

[78] Sin autor. "Se solicitan ONG" en la primera plana del periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 2, número 480, 28 de junio de 2008, México, DF.

Otro ejemplo fue la página 10 de la edición del dos de julio de 2008, en donde apareció un anuncio al estilo *western* con la cabeza "Se buscan. Si los ves, pregúntales cuándo harán su chamba"[79]

Abajo estaban las fotografías de Isabel Priscila Vera Hernández, directora general del Instituto Mexicano de la Juventud, y de Javier Hidalgo Ponce, director del Instituto de la Juventud del Distrito Federal. Se agregaron sus funciones, sueldos y qué habían declarado ambos sobre el caso.

El diario cuestionó el que en casos como la supuesta violación de una mujer en Zongolica, Veracruz, o el conflicto en Atenco, Estado de México, "la imaginación fue más generosa con las Organizaciones No Gubernamentales a la hora de protestar contra violaciones a los derechos humanos en algunos casos específicos".[80]

Para varios de los entrevistados, la cobertura del News Divine fue una de las mejores que hizo *El Centro* con Salvador Camarena al frente, tanto que incluso los reporteros que participaron después publicaron un libro sobre el caso.

Omar Fierro observó a un Salvador Camarena metido en una cobertura cuya premisa era que no se podía criminalizar la diversión de los jóvenes, por eso el diario le dedicó más de dos semanas seguidas al tema, ediciones en donde lo mismo se entrevistó a policías de otros sectores de la ciudad para conocer sus impresiones, a uniformados de la Gustavo A. Madero (delegación donde estaba el establecimiento), a psicólogos, a familiares de los fallecidos, a los responsables del antro y hasta se abrió un foro en Yahoo!

Para Eric Estrada, a quien ya no le tocó la cobertura porque fue despedido antes, el periódico tuvo la intensión siempre de tomar partido por ciertas causas, y el News Divine

[79] Sin autor. "Se buscan. Si los ves, pregúntales cuándo harán su chamba" en el periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 2, número 484, dos de julio de 2008, México, DF, p.10.
[80] Sin autor. Pie de foto en el periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 2, número 484, 28 de junio de 2008, México, DF, p.3.

fue el mejor ejemplo, pues tomó el caso para asumir una defensa por los jóvenes y su diversión.

Omar apunta que las semanas de cobertura del News Divine fueron las únicas en las que estuvo Salvador metido en el periódico para tomar el mando, pero después se abandonó el tema y *El Centro* volvió a ser "el periódico tambaleante que había sido".

Para Gabriel Pérez, Camarena estaba al mando no de un *Centro* sino de varios; es decir, cada sección del diario traía su sello y eso impedía una personalidad a todo el periódico, esa identidad que tanto buscaba Salvador.

Gabriel aún veía un periódico muy duro y politizado en las secciones capitalina y nacional, y muy relajado en su sección de vida y estilo.

Agrega que los editores trataron de unificar los criterios editoriales de todas las secciones para lograr esa identidad que buscaba Camarena, pero no les alcanzó el tiempo a pesar del esfuerzo.

Coincide en que el diario trató de acercarse a la clase media al tratar de "hablar su idioma", pero solía ofrecer los mismos temas de otros periódicos.

Estima que el caso News Divine, pese a su gran cobertura, no le interesaba a la clase media a la que quería dirigirse *El Centro*.

Jorge Guzmán también percibió un periódico distinto en cada sección, cada una con sus conceptos y sus formas de hacer periodismo:

"Un día era un periódico y otro día era otro. Un día era *Reforma* y otro día *Metro*, sin unidad, sin idea, sin un proyecto claro. Insisto, el dueño quería hacer un negocio sin tener claro un proyecto".

3.6. La crisis en los medios

En febrero de 2009 Juan Carlos Romero Puga ilustró en la revista *Zócalo* el difícil escenario que los medios impresos debieron enfrentar debido a problemas financieros mundiales.[81]

El periodista señaló los casos de publicaciones que debieron cerrar o modificar sus estructuras por la caída de ingresos económicos.

Citó los cierres de *Diario Monitor* (2009) y *Palabra* (2008) –publicación de Grupo Reforma en Saltillo--, así como los cambios en *El Economista* a partir de que Luis Enrique Mercado dejara la dirección y la posterior compra del rotativo por parte del empresario Jorge Nacer, presidente de la Universidad ICEL.

Refirió que *El Financiero* tenía una excesiva carga de sus pasivos que oscilaban los 300 millones de pesos y que habría sido vendido también al grupo propietario de ICEL en una operación por 20 millones de dólares.

Romero Puga agregó que desde febrero de 2007 el personal del área editorial estaba contratado bajo un esquema de outsourcing, con lo que la empresa buscaba reducir la presión por las obligaciones laborales.

Escribió de la presión que ya padecían los diarios de Estados Unidos y que les llevó, como en el caso de los mexicanos, a reducir personal, páginas y tiraje, o de plano a declararse en quiebra.

Puso como ejemplo a *The Washington Post*, periódico que optó por integrar sus redacciones para el impreso y la web en una sola; a Tribune Co., editora de diarios como

[81] Romero Puga, Juan Carlos. "La crisis arrastra a los diarios mexicanos" en revista *Zócalo*, número 108, febrero de 2008, México, DF, versión en internet. Tomado del sitio http://enmedio.wordpress.com/2009/02/05/la-crisis-arrastra-a-los-diarios-mexicanos/ y consultado el 4 de enero de 2011.

Los Angeles Times y *Chicago Tribune*, que se declaró en quiebra, y a McClatchy, la tercera cadena de rotativos más grande en Estados Unidos, que estaría a punto de vender su diario *The Miami Herald*.

Además dio cuenta del anuncio que hiciera el semanario *Newsweek* sobre la reducción de su tiraje. En mayo de 2010 Washington Post Co., consorcio propietario de la revista, anunció que ponía a la venta la publicación porque entre 2007 y 2009 sus pérdidas fueron históricas y se esperaba que en el resto de 2010 continuaran.[82]

Romero Puga mencionó el caso de *The New York Times*, que no sólo abrió su portada para vender publicidad, sino que recibió una línea de crédito por 250 millones de dólares por parte del empresario Carlos Slim, accionista del periódico.

Con la llegada de Jorge Zepeda Patterson a la dirección editorial de *El Universal* en noviembre de 2008, se inició una reestructuración que buscaba reducir en 25 por ciento los gastos de operación del diario, según el periodista.

También mencionó los recortes de plazas en las publicaciones del Grupo Reforma, el fuerte gasto que le significa a *Milenio* el sostenimiento de su canal de televisión y los recortes de personal en *Excélsior*.

El trabajo de *Zócalo* recogió la opinión de Francisco Vidal, el periodista que participó en al menos una de las reuniones donde Notmusa preparó la creación de *El Centro*.

Vidal explicó los tres elementos que, desde su punto de vista, integran la crisis económica en los medios impresos: la caída de la publicidad, la baja en la compra de ejemplares, producto del desempleo y la falta de dinero, y la migración de los lectores de prensa a los formatos digitales.

---

[82] Sin autor. "Pone *The Washington Post* a la venta su revista *Newsweek*" en el portal de noticias *Terra*, 5 de mayo de 2010, México, DF. Tomado del sitio www.terra.com.mx/noticias/articulo/905763/Pone+The+Washington+Post+a+la+venta+su+revista+Newsweek.htm y consultado el 4 de enero de 2011.

El especialista en medios indicaba en diciembre de 2008 que algunos diarios habían modificado sus precios para hacer frente a la crisis económica, como *Reforma*, que había elevado de 10 a 12 pesos el precio de su ejemplar de lunes a viernes (lo que implicó un alza del 20 por ciento) o *Excélsior*, que también subió a 12 pesos su ejemplar de lunes a viernes.[83]

De acuerdo a una nota de *La Jornada*, luego de 10 años con números positivos los medios impresos de España registraron en 2008 una reducción drástica de la publicidad de 16.12 por ciento.[84] Según la nota de Armando G. Tejeda, la pérdida de ingresos derivó en recortes masivos de trabajadores y la paralización de contrataciones.

El impacto de la crisis fue tal que editores de diarios consensuaron hacer un llamado al gobierno del presidente José Luis Rodríguez Zapatero para que se tomara en cuenta al sector en los planes de rescate y fomento de inversiones.

Los medios impresos en España (periódicos y revistas) registraron a partir de 2004 un aumento continuo de sus ventas e ingresos. El año más elevado, indicó el periodista, fue 2007, cuando se rebasó la cifra histórica de tres mil millones de euros anuales; pero en 2008 no les fue tan bien.

La nota indicaba que la venta bruta de publicidad había caído 16.2 por ciento con respecto a 2007 y que la presidenta de la Asociación de Editores de Diarios Españoles, Pilar de Yarza, había declarado que para 2008 se estimaba una caída de ingresos de 8.1 por ciento.

El reportero daba cuenta del efecto de la crisis en firmas como Grupo Prisa (editor del diario *El País* y el deportivo *As*), el cual cerró en 2008 una de sus emisoras de televisión,

---

[83] Vidal Bonifaz, Francisco. "Más malas noticias" en el sitio web *La Rueda de la Fortuna*, 15 de diciembre de 2008, México, DF. Tomado del sitio http://ruedadelafortuna.wordpress.com/2008/12/15/mas-malas-noticias/ y consultado el 4 de enero de 2011.

[84] Tejada, Armando G. "Editores de periódicos españoles piden ser incluidos en los planes de rescate" en periódico *La Jornada*, 12 de diciembre de 2008, México, DF, versión en internet. Tomado del sitio: http://www.jornada.unam.mx/2008/12/12/index.php?section=economia&article=027n2eco y consultado el 17 de mayo de 2010.

Localia, con lo que alrededor de 300 personas se sumaron a las filas del desempleo. Otro caso fue Grupo Zeta (editor de la revista *Interviu* y *El Periódico*), que anunció un ERE (Expedientes de Regulación de Empleo) que suponía el despido de 534 trabajadores.

Basado en información de la revista especializada en publicidad y mercadotecnia *Merca2.0*, Francisco Vidal Bonifaz ofrece el siguiente dato sobre el reparto de publicidad en México entre 1998 y 2009: sólo el 11.6 por ciento del total pertenece a los periódicos.

El 55.5 por ciento está en manos de la televisión abierta, un 11 por ciento en radio y el resto en revistas, exteriores, directorios, televisión de paga, cine, internet y otros.[85]

Ingresos por circulación y publicidad

Los recursos obtenidos por la venta de ejemplares y la publicidad entre 1995 y 2008 tampoco lograron superar lo obtenido en 1994, año en el que se generaron 3 mil 658 millones de pesos por circulación y 7 mil 548 millones de pesos por publicidad; es decir, en 1994 los diarios obtuvieron un ingreso total de 11 mil 206 millones de pesos.[86]

[85] Vidal Bonifaz, Francisco. "Mercado mexicano de la publicidad, 1998-2009" en el sitio web *La Rueda de la Fortuna*, 3 de mayo de 2010, México, DF. Tomado del sitio http://ruedadelafortuna.wordpress.com/2010/05/03/mercado-mexicano-de-la-publicidad-1998-2009 y consultado el 23 de junio de 2010.
[86] Vidal Bonifaz, Francisco. "Ingresos de los periódicos, 1994-2008" en el sitio web *La Rueda de la Fortuna*, 4 de abril de 2009, México, DF. Tomado del sitio http://ruedadelafortuna.wordpress.com/2009/04/03/ingresos-de-los-periodicos-1994-2008/ y consultado el 6 de julio de 2010

Año	Ingresos por circulación				Publicidad	Total de ingresos	Variación anual
	Matutinos	Mediodía	Vespertinos	Subtotal			
1994	3,408	44	206	3,658	7,548	11,206	.
1995	3,230	35	192	3,457	4,993	8,451	-24.60%
1996	2,675	39	110	2,823	5,098	7,921	-6.30%
1997	2,338	56	75	2,469	5,610	8,079	2.00%
1998	2,309	52	66	2,427	6,168	8,595	6.40%
1999	2,407	59	60	2,526	6,672	9,199	7.00%
2000	2,444	54	65	2,563	7,399	9,961	8.30%
2001	2,483	64	58	2,604	7,236	9,840	-1.20%
2002	2,452	78	55	2,586	7,038	9,624	-2.20%
2003	2,542	86	57	2,685	6,821	9,506	-1.20%
2004	2,662	81	59	2,802	6,826	9,629	1.30%
2005	2,792	85	71	2,947	6,803	9,750	1.30%
2006	2,560	76	64	2,700	7,023	9,723	-0.30%
2007	2,542	88	57	2,687	6,877	9,563	-1.60%
2008 p/	2,572	91	43	2,706	6,450	9,156	-4.3

La circulación de periódicos en el país estuvo estancada desde 1994 y hasta 2008 de acuerdo a un análisis elaborado por Francisco Vidal. La cifra alcanzada en 1994 fue la mejor con 908 millones 799 mil ejemplares. En 2008 (cifra preliminar del especialista) circularon 708 millones 779.[87]

[87] Vidal Bonifaz, Francisco. "Tiraje y circulación de los periódicos, 1994-2008" en el sitio web *La Rueda de la Fortuna*, 30 de marzo de 2009, México, DF. Tomado del sitio http://ruedadelafortuna.wordpress.com/2009/03/30/tiraje-y-circulacion-de-los-periodicos-1994-2008/ y consultado el 6 de julio de 2010.

3.7. Se los carga el payaso

Una estrategia para promover al periódico en la primera etapa fue regalarlo en los establecimientos de comida rápida Burguer King. Luego, en febrero y marzo de 2008, *El Centro* se ofreció en paquete con el café Andatti por 10 pesos en las tiendas Oxxo del DF y además crecieron las promociones para regalar boletos de cine, de conciertos o suscripciones.

En febrero entró publicidad del gobierno federal sobre el programa de Seguro Popular y en el mes siguiente apareció publicidad del gobierno del Estado de México.

En septiembre aparecieron inserciones sobre el segundo Informe de Gobierno del titular de la administración capitalina, Marcelo Ebrard, también del balance legislativo de la IV Legislatura de la ALDF y del tercer Informe de Gobierno del mandatario mexiquense Enrique Peña Nieto.

Los anunciantes crecieron, aunque no lo suficiente. En junio, por ejemplo, el diario llegó a tener hasta seis páginas completas de publicidad de empresas particulares.

Salvador Camarena sostiene que bajo su dirección las ventas del tabloide mantuvieron su tendencia positiva, no a la velocidad deseada, pero bien para un periódico tan joven.

Recuerda que se registraron crecimientos en ventas del orden del 5 o 6 por ciento mensuales y después del caso News Divine hubo registros del 16 por ciento. Gabriel Pérez, ex coordinador editorial, respalda el dato al estimar que se colocaban en las manos de los capitalinos dos mil ejemplares más que en la primera etapa del periódico.

El bajón del tabloide se reflejó en mayo con un promo llamado “Vamos de subida por eso bajamos”. El día primero de ese mes *El Centro* anunció en su portada que su costo pasaría de nueve a siete pesos.

De acuerdo con Gabriel Pérez, Notmusa tenía un problema de liquidez financiera, pues "muchos" anunciantes no estaban pagando a la empresa, la cual había dado demasiados créditos.

"Me parece que tenía una parte de deuda importantísima contratada en dólares, entonces cuando empieza a subir el dólar (…) Notmusa no soportó el aumento del dólar, eso es un hecho", expone.

La aparición de *El Centro* significó reducción de viajes para algunos reporteros de *Récord* y medidas de austeridad.

"En los viajes a mí me mandaban a una habitación sola, pero después (cuando aparece *El Centro*) me toca compartir habitación con el fotógrafo", recuerda Diana Pérez, ex reportera del tabloide deportivo.

En junio de 2009 el periodista Amilcar Salazar expuso en su columna del grupo editorial *El Universal* la queja de quien se hace llamar Jano Runo, ex colaborador de *El Centro*.[88]

El especialista en tecnologías cibernéticas dirigió un documento al columnista para exhibir que luego de año y medio del cierre de *El Centro* aún no recibía el pago por sus servicios prestados entre diciembre de 2007 y octubre de 2008.

"Lo de menos sería dejarles pasar nuevos meses u otro año más para llegar a cobrarles. En la de malas, ver este asunto de una manera optimista, considerando que la experiencia periodística me resultó muy interesante y renovadora. Eso sí, no me parece justo que tampoco me quieran devolver… mis recibos", cita el columnista parte del texto firmado por Runo.

[88] Salazar, Amilcar. "Jano Runo y su mal récord" en la columna "Estación DF" de *El Universal*, 9 de junio de 2009, México, DF, versión en internet. Tomado del sitio http://www.mexiconews.com.mx/columnas/78605.html y consultado el 4 de enero de 2011.

Según el periodista, Runo afirmó en su carta que cumplió con el requerimiento que cada mes le hizo Notmusa sobre sus recibos de honorarios, los cuales sumaron en total 32 mil pesos. La empresa supuestamente no hizo las deducciones fiscales y eso le causó un oneroso pago de IVA e ISR.

"Todavía que no me pagan, me mandan a que me las vea con… (Agustín) Carstens (entonces secretario de Hacienda). Pues no se vale, ¿o sí? Demasiada… realidad para una chamba virtual", cita el columnista.

Nicolás Alvarado escribió en su blog del sitio www.esmas.com sobre los retrasos en sus pagos:

"Corría ya el rumor desde hacía semanas de la desaparición de nuestro periódico, rumor que no se veía sino reforzado por una demora en los pagos -cuando menos en los míos- que todavía no se resuelve bien a bien. El tiro de gracia hubo de ser asestado por la crisis económica urbi et orbi, que llevó a los directivos de la editorial a abortar la encomiable misión".[89]

En junio Salvador Camarena convocó a su equipo editorial a una junta a fin de transmitirle confianza ante los rumores sobre el posible cierre.

El director dijo que el diario marchaba bien, aunque la crisis económica obligaba a la empresa a tomar medidas de austeridad, como los recortes de personal o la nueva forma de contratación.

En agosto los rumores del cierre habían crecido de tal forma que el equipo que aún quedaba sólo esperaba el anuncio de la estocada final. En otra junta con Salvador una persona preguntó si el tabloide llegaría a final de año. Camarena respondió que no se adelantaran.

[89] Alvarado, Nicolás, *Op. Cit.*

En septiembre el rumor del cierre era muy fuerte entre el personal que aún quedaba y la gente de otros medios.

Para ese mes, recuerda Jorge Guzmán, ya ninguna autoridad del diario hablaba sobre la ruta que llevaba el tabloide. Cree que no era conveniente adelantar un aviso de cierre, pues la empresa corría el riesgo de que se fueran las personas que aún quedaban y con ello se desvaneciera cualquier posibilidad de un periodo de gracia.

Gabriel Pérez comenta que los rumores sobre el cierre crecieron tres semanas antes de que se concretara, pero la confirmación sólo llegó hasta el día en el que se anunció que no habría más ediciones.

En su colaboración para la memoria profesional del fotoperiodista Ulises Castellanos, *En la Mira*, Pérez Osorio relata lo siguiente:

> "Antonio Torrado, dueño de la tercera parte de Publimetro, proyecto periodístico que alguna vez habría ofrecido al propio Carlos Flores, mismo que éste rechazó, sentenció el jueves 27 de febrero de 2008: 'A ese periódico (El Centro) le quedan seis meses de vida. Conozco a los socios y ya no están dispuestos a meterle más dinero'. Siete meses después, el diario cerró".[90]

Una semana antes del cierre hubo todavía un último recorte de personal que vino de la mano con el anuncio de la nueva edición de fin de semana; es decir, el sábado cuatro de octubre *El Centro* salió como un ejemplar subtitulado *Semanal*, fechado con los días sábado y domingo. La edición fue de 40 páginas, ocho menos de lo habitual.

Sobre los recortes de personal, Gabriel Pérez dice *En la Mira* que la nómina del periódico se había reducido en un 60 por ciento en un año. Para la última semana, agrega, el equipo de diseño estaba integrado por sólo seis personas, cuando al inicio del proyecto había 40.

[90] Castellanos Herrera, Ulises. *Op. Cit*., p. 54.

Quedaba un subdirector y apenas 13 editores. El resto eran no más de 20 reporteros y fotógrafos.[91]

Un análisis de Notmusa, cuya copia posee el autor de este trabajo, indicaba que *El Centro* publicaría de lunes a viernes debido a que el perfil del lector captado los sábados y domingos no era el buscado por la empresa.

Los argumentos para justificar la decisión fueron los siguientes:

1) El itinerario y rutina de los lectores de lunes a viernes eran distintos durante los fines de semana.

El equipo de análisis concluyó que el 90 por ciento de los lectores hacían a un lado sus rutinas los sábados y domingos, entre ellas la de informarse. Además, para "info-entretener" el fin de semana, *El Centro* se veía forzado a cambiar de esencia con el objetivo de empatar con lector, pero no se obtenían los resultados deseados.

2) Los lectores de fin de semana eran diferentes, pues crecían las amas de casa, se reducían los niveles socioeconómicos altos y bajaba el nivel de escolaridad.

Entre lunes y viernes el diario capturaba al perfil de lectores que le interesaba a la empresa (personas entre 25 y 34 años, con licenciatura, con mayor poder adquisitivo, solteros, empleados o estudiantes), en cambio los fines de semana crecía el perfil de las amas de casa y personas de menores recursos y niveles académicos.

3) El fin de semana se perdían lectores en las delegaciones y municipios de mayor interés comercial.

[91] *Idem.*

Según el estudio, el 75 por ciento de los lectores se concentraba en delegaciones y municipios de niveles medios y altos, como Coyoacán, Cuauhtémoc, Miguel Hidalgo, Iztapalapa, Tláhuac, Gustavo A. Madero, Naucalpan, Azcapotzalco e Ixtapaluca, "mismos que se extinguen durante el fin de semana".

4) El target capturado entre lunes y viernes pertenecía a un segmento de mayor relevancia y diferencia ante el anunciante.

La empresa encontró un perfil más atractivo y diferente para el mercado publicitario en el target integrado por los lectores de lunes a viernes:

"Al analizarlos, destaca el nivel académico, un estilo de vida ligeramente más libre de convencionalismos, con pretensiones culturales, pero influenciados por las marcas y la tecnología. En Tv les gustan las Series y el Fútbol (sic), pero no tanto los noticieros y telenovelas como al resto de la población, mayor incidencia en Tv de Paga e Internet, así como a *El Centro*".[92]

De acuerdo al ex integrante del tabloide Marco Antonio Martínez, el jueves nueve de octubre corrió un trascendido entre personas de otros medios de que el periódico cerraría el fin de semana. El rumor se generó afuera de Notmusa por una supuesta filtración.

Según la versión del periodista, ese mismo jueves los jefes convocaron a una junta con sus equipos de trabajo y confirmaron el trascendido.

El siguiente es un fragmento de la colaboración de Gabriel Pérez en el libro *En la Mira* que el autor de esta tesis considera valioso citar para recrear lo ocurrido el día siguiente a ese jueves:

[92] Grupo Editorial Notmusa. *El Centro. Lectores de Lunes a Viernes. Argumentos con valor comercial y editorial*, documento cuya copia posee el autor de este trabajo.

Jornadas de 14 a 16 horas diarias, gritos, peleas, sacrificios familiares, económicos, personales y de salud, habían quedado atrás cuando, el viernes 10 de octubre por la mañana, Ana Francisca Vega, subdirectora de Análisis y Estrategia, comenzó a informar, a los coordinadores editoriales, de información y de diseño, que ese día harían el último número de *El Centro*.

El equipo de jóvenes profesionales que lo realizaba se avocó a la tarea de convocar a todos los integrantes de la redacción. 'Es el último, tienes que estar aquí', fue la consigna que ningún directivo dio, pero que todos asumieron y comunicaron.

Ese día, se preparaba el segundo número de una edición semanal que pretendía ser una revista de fin de semana. En la junta de información, el equipo decidió los contenidos extras que se habrían de agregar, cuáles saldrían y cómo se repartiría el trabajo.

En la junta de portada, a las cinco de la tarde, se propusieron, como siempre, algunas ideas para portada. Imposible saber cuál fue la que se acordó, pero "Ya nos cargó el payaso", fue la frase que alguien soltó y que se quedó rondando en la cabeza de Fernando Montoya, el diseñador de la portada.

A las seis y media de la tarde, se le presentaron a Salvador Camarena las distintas propuestas de portada. Ninguna pegó. Entonces Fernando dijo que él estaba trabajando la de "el payaso" y una labor de intenso cabildeo entre todos los coordinadores fructificó en que se concretara la propuesta a Camarena. A las siete y media de la noche, el primer y último director editorial de *El Centro*, subió al sexto piso de la Torre (*El Centro* estaba en el quinto) para informarle a Carlos Flores cuál sería la última portada del diario.

A las ocho de la noche, Flores reunió al equipo para informar sus razones del cierre del diario, agradecer la entrega y algunas cosas más, que ya nadie recuerda. Al salir de la sala de juntas, un Carlos Flores con ojos llorosos, mudo, estrechó las manos de los alrededor de 40 trabajadores que abandonaron la pecera de cristal, para tomarse la famosa fotografía grupal que se publicó en el diario.[93]

[93] Castellanos Herrera, Ulises. *Op Cit.*, p. 56

Según Marco Antonio Martínez, Salvador Camarena y Carlos Flores encabezaron esa junta en donde anunciaron que el sábado 11 saldría el último número de *El Centro* y explicaron el cierre.

Carlos Flores habló de la crisis económica, la caída del dólar y que ante el aumento del costo del papel periódico la empresa había decidido terminar la publicación; además se refirió a las liquidaciones y dijo que esperaba que los empleados quedaran satisfechos con la propuesta montería para que no se fueran a litigio.

"Faltó al respeto a la inteligencia de las personas que tratamos de mantener ese proyecto con cierto humor, con cierta dignidad y un poco de eficiencia, (dijo) que los números no le daban, cosa que cualquier especialista en negocios se hubiera tirado tres pedos y se hubiera salido", considera el ex editor Fernando Martínez.

Al término de la junta todos posaron para la foto del recuerdo, imagen que se publicó en la edición 583 de ese sábado 11 de octubre. Y de ahí los tragos, cual fiesta, en la cantina La Bipolar, en Coyoacán.

Como narra Gabriel Pérez en su texto, la cabeza de primera plana de esa última edición fue "¡Nos cargó el payaso!" y la imagen fue un bufón que cargaba en sus manos el cabezal y logotipo del diario.

Sólo unas líneas en esa primera plana mencionaban que la crisis económica obligó al tabloide a cerrar por más que se defendió. La edición incluyó las 20 portadas "inolvidables", así como un par de listados de todos los reporteros, diseñadores, editores, directores, becarios, fotógrafos, correctores de estilo y colaboradores del tabloide.

El lunes 13 de octubre inició la primera reunión con el personal para negociar las liquidaciones. Marco Antonio Martínez destaca la gestión de Salvador ante la empresa, pues se propuso como intermediario para que los ofrecimientos dejaran satisfechos a todos.

“Salvador fue muy transparente, muy claro. Yo creo que él lamentó mucho la salida (de nosotros)”, comenta.

Subraya que “el gran mérito de Salvador” durante el cierre fue contarle al equipo paso a paso lo que ocurría, y concluye que la intervención del director fue vital para que el equipo fuera liquidado de forma decorosa y rápida.

Jorge Guzmán no tuvo queja con su proceso de liquidación, al que calificó de terso y justo, incluso le llamó la atención lo abierta que fue la negociación y confirmó el interés de Salvador en las negociaciones. “Dijo que habría que pelear por más porque el ofrecimiento de la empresa era poco”, agrega.

Pero no todos se quedaron con la misma percepción. A Fernando Martínez le disgustaron los supuestos grandes sueldos que recibían Salvador y su equipo más cercano:

“Ahí estuvo la merma económica como para que el dueño quisiera vendernos como una situación de que los indicadores y el costo del papel, cuando sabíamos lo que ganaba el subdirector, la subdirectora, la gente que había llevado, ahí se fue el dinero del periódico”.

A Fernando le molestó el que varios jefes siguieron cobrando su sueldo después de que cerrara el periódico y mientras se llevaba el proceso de liquidación del personal.

Jorge Guzmán confirma la versión. Él fue uno de los beneficiados, pero aclara que no fueron seis meses, como sostiene Fernando, sino menos de 15 días.

3.7. El recuento

En una entrevista concedida a la revista *Etcétera* en noviembre de 2008, Salvador Camarena mencionó los tres principales factores que, desde su punto de vista, motivaron el cierre del periódico.

Primero vio una resistencia de reporteros al nuevo proyecto que él encabezaba; después una redacción demasiado grande y cara para la empresa, y por último el encarecimiento del papel periódico y la crisis económica que empezaba a asomarse.

Según la versión de Salvador, Notmusa revisó sus costos de operación a mediano y largo plazos y concluyó que se complicaba la viabilidad del diario, por lo que decidió cerrarlo.[94]

En la mesa de debate de los lunes en W Radio, en octubre de 2008, el ex director editorial habló de la crisis económica y del aumento del costo del papel que tenían hasta el cuello a la publicación.

"Salvador Camarena manifestó su agradecimiento a los lectores de *El Centro*, señaló que el mercado los supo apoyar, dijo que iban muy bien, pero necesidades empresariales para reenfocar algunos objetivos de su casa editora hicieron necesario cerrar este diario", registró un blog del Observatorio de Medios de la Universidad Iberoamericana.[95]

El Centro fue un auto al que "se le acabó la gasolina" porque su abastecedor, Notmusa, enfrentó problemas financieros, dice Salvador Camarena al autor de este trabajo. Una situación que la empresa trató de resolver con el adelgazamiento de la redacción y de las ediciones, pero que significaron apenas unas cucharadas de combustible para el tanque de ese vehículo.

"Si tú dependes de una compañía, y la compañía tiene problemas, qué importa que tú no seas el problema. Y pues ahí tomó una decisión (Notmusa)", refiere Salvador.

---

[94] Sesma Vázquez, Humberto. "Termina la aventura editorial de *El Centro*" en revista *Etcétera*, versión en internet, 1 de noviembre de 2008, México, DF. Tomado del sitio: www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=1978 y consultado el 5 de enero de 2011.

[95] Sin autor. "Cierra *El Centro*. Altos costos del papel" en el blog *OMCIM/Los medios vistos por los medios. Observatorio de Medios de UIA*, 13 de octubre de 2008, México, DF. Tomado del sitio http://observatoriomediosuia3.wordpress.com/2008/10/13/cierra-el-centro-altos-costos-de-papel/ y consultado el 20 de septiembre de 2010.

Héctor Zamarrón, ex subdirector editorial, recuerda que el director general de Grupo Editorial Notmusa, Carlos Flores, siempre remarcó la necesidad de que existiera una "tendencia positiva" en los números financieros de *El Centro* (a pesar de los cincos años establecidos como periodo de gracia para su desarrollo y consolidación comercial).

La tesis que Carlos Flores manejaba, menciona Héctor, es que si la empresa registraba una tendencia positiva en los números del tabloide no importaba que se perdiera dinero. Si iban al alza ventas, distribución, interés y publicidad sólo era cuestión de calcular en qué momento se convertiría en un negocio. Y esa tendencia, agrega, no se logró o al menos no como quería la empresa.

Para Héctor las pérdidas económicas, el aumento del costo del papel y la ausencia de números positivos fueron parte fundamental en el cierre.

Ubica como factores externos el manejo que Notmusa hizo de las reacciones del poder político y coincide con el resto de los editores entrevistados en que la empresa tuvo una interacción con los gobiernos a la que no estaba acostumbrada.

"Siempre desde un medio tienes una relación con la fuentes con las que trabajas. Con las fuentes hablas de distinta manera, pero en estos casos creo que no había esa experiencia que sí hay en otras empresas, eso contribuyó", opina.

El ex subdirector editorial no descarta que la crítica política del periódico incomodara a Notmusa y que haya sido uno de los factores por los que fue cesado Miguel Castillo, pero para él fue sólo eso, un elemento al que no puede darle un peso específico.

Considera que hizo falta más involucramiento de las áreas encargadas de vender y colocar el producto en el mercado, desinterés originado por la incomprensión del concepto editorial que tenía, o trataba de tener, *El Centro*.

Para Héctor, el área comercial de Notmusa no entendía a cabalidad a qué públicos se dirigía el periódico y por ello se le dificultaba colocarlo entre los anunciantes. Eso, dice, fue una falla desde que arrancó el tabloide.

Coincide con Salvador Camarena en lo que toca al tamaño del equipo. Concluye que *El Centro* fue un proyecto costoso con una redacción grande y sin ingresos propios. Una falla, dice, atribuible no sólo al director del periódico sino a toda la empresa.

Según Zamarrón, *El Centro* trabajó para lograr un binomio entre la crítica y el infoentretenimiento pedido por Notmusa, aunque se convirtió en una tarea complicada porque exigía más empeño por parte de reporteros, editores y fotógrafos para salir del círculo habitual en el que se mueven los medios.

Pone de ejemplo las imágenes que la mayoría de las veces ofrecía el periódico a sus lectores. Dice que a los fotógrafos se les pedían rostros de habitantes de la ciudad y ofrecían las típicas del barrendero o vendedor de banderas, sin pensar en la gente de clase media, el ingeniero, ejecutivo o artista.

El diario, afirma, terminaba enfocándose en la problemática capitalina de siempre, la agenda que atiende el resto de los medios. Desde su punto de vista, fue un botón de muestra de lo difícil que resulta hacer periodismo para clases medias, un periodismo que se logró mejor en secciones de softnews, como Tendencias (información de moda, salud y estilo de vida).

Héctor agrega que la sección deportiva tenía un "contrapeso" muy fuerte con *Récord* y con la idea de Notmusa en el sentido de que el futbol debe predominar en el interés de la gente.

Fernando Martínez, ex editor, considera que a Carlos Flores y Alejandro Gómez les faltó experiencia y oficio periodístico a la hora de crear el proyecto y de enfrentar las reacciones derivadas de la crítica al poder político y empresarial.

Ambos directores, afirma, no sabían qué esperar del nuevo producto y, confiados en el éxito económico de *TV Notas* y *Récord*, lanzaron al mercado otro producto sin estudiar a fondo qué significaba hacer un medio de información general.

Piensa que el primer director de *El Centro* pagó los platos rotos por la falta de un proyecto conciso y una estrategia sólida en las áreas de comercialización.

Cuestiona el que Alejandro Gómez y Carlos Flores no explicaran al equipo editorial la situación por la que se atravesaba y que no pidieran ayuda a los que hacían todos los días el periódico.

Comparte el argumento de Héctor Zamarrón sobre las fallas del equipo de comercialización y es más contundente al asegurar que el área encargada de atraer anunciantes veía al diario como un "producto de segunda".

El ex editor lanza cuestionamientos a las dos etapas del tabloide, pues sostiene que desde el inicio se contrató a personal de más en áreas como diseño, lo que burocratizó los procesos editoriales.

Afirma que Salvador Camarena hizo un esfuerzo por darle identidad al diario, pero insuficiente porque no había una idea clara de qué se quería. Dice que hubo "nociones" (recuerda las impresiones en papel de portadas de diarios internacionales pegadas en la oficina de Camarena), pero eran sólo sugerencias.

Francisco Cruz, ex editor general, agrega que Carlos Flores, como cualquier empresario, tiene el derecho de retirarse de un negocio en el momento en que considere conveniente.

Supone que los asesores de Flores no le informaron bien de las relaciones con el poder político y que estaba obligado a conocer todas las aristas del nuevo proyecto. Los medios, afirma, nunca pasan inadvertidos para el poder, por pequeños que sean.

Interpreta la salida de Miguel Castillo como una medida que Carlos Flores tomó a partir de esa inexperiencia en el trato con el poder político. Si el director general de Notmusa no conocía el perfil de Miguel Castillo, dice, ese fue otro error de la empresa.

Ulises Castellanos ve en Carlos Flores "un excelente editor" que conoce bien los espectáculos, pero no el periodismo político. Por ello cree que si al director general de Notmusa le importaba más lo primero no debió contratar a Miguel Castillo, porque éste hizo el periodismo que sabía hacer.

Desconoce si el equipo editorial encabezado por Castillo Chávez desobedeció las recomendaciones de Carlos Flores, aunque sostiene que el primer director del diario mantuvo una conducción independiente, y que cuando se contrata a un director se le debe permitir operar con libertad.

Miguel Castillo, comenta, tenía una agenda política respetable, pero probablemente no era la idea original que había pensado Carlos Flores para su nuevo producto.

El ex coordinador de fotografía nunca consideró que el diario pudiera cerrar por problemas económicos porque tenía entendido que Notmusa contaba con un fondo resistente.

Sin embargo, tantos parches perjudicaron a un periódico que no terminaba de cuajar, un diario que le agotaba la paciencia a un Carlos Flores preocupado por la situación financiera global.

"Eran números cero al aire, la mesa de redacción se reconfiguró mucho adentro, se cambiaron responsabilidades, se achicó el periódico, se movió gente de secciones. La verdad eran cambios dramáticos al interior. En el caso de fotografía nos mantuvimos estables porque el equipo se mantuvo unido e íntegro, pero nos tocaba cada semana un nuevo jefe o interlocutor o subdirector, eso era complicado", recuerda.

Ulises afirma que ningún diario nacional ha reeditado el espacio fotográfico que tenía *El Centro*. Lo intentó en *Excélsior* a través de la página "Ojo por Ojo", pero el resto de los periódicos no han querido voltear a ver la experiencia del extinto tabloide.

Para el periodista Omar Fierro el primer equipo de *El Centro* no evaluó el nivel de dependencia que tiene Notmusa de la información de Televisa, ni la presión que la televisora ejercería contra el grupo editorial.

El ex reportero del diario observó en las respuestas de la casa editorial a un Carlos Flores incapaz de resolver presiones externas.

Luis Guillermo Hernández, también ex periodista de la publicación, considera que tras el conflicto con Televisa y el despido de Miguel Castillo, *El Centro* quedó "tocado". Un golpe del que no se recuperaría.

Considera que él se engolosinó con la libertad editorial que tuvo en otros medios antes de llegar a Notmusa y pagó las consecuencias por creer que podía hacer un periodismo que no tenía lugar en esa empresa.

Sostiene que Notmusa se equivocó al invitar a Miguel Castillo a dirigir el diario y que se equivocó el ex director editorial y su equipo al aceptar.

Gabriel Pérez, ex coordinador editorial, piensa en el tabloide como un proyecto que nació muerto, pues es de los que asegura que la nómina fue muy grande desde un principio. Un handicap que la empresa no pudo superar y que Salvador tuvo que resolver.

Desde su punto de vista, la nómina fue demasiado cara para un periódico nuevo, un proyecto que además aparece en el momento en el que Carlos Flores construye el edificio de Periférico Sur, en Tlalpan, a donde se mudó Notmusa.

Gabriel cuestiona también el periodo de números cero que tuvo el diario, excesivo desde su punto de vista; sin embargo, el diario sólo tuvo tres números cero de acuerdo con Carolina Pavón, ex jefa de información de la sección capitalina y fundadora.

Gabriel abunda en la ausencia de criterios editoriales uniformes, pues mientras unos editores hacían un tabloide duro, serio y "poco elástico", él trataba de hacer un diario *arrevistado*, jocoso, más cercano a lo que quería Salvador.

"Pero luego Camarena cambió la idea y entonces de pronto teníamos que ser más rasposos, más raspones, como el *New York Post*, por decir una cosa, que nunca conseguimos ni tampoco tuvimos así de claro", apunta.

Según Gabriel, Carlos Flores habría comentado después del cierre que *El Centro* debió publicar en la portada imágenes de mujeres, nota roja y futbol como gancho para su consumo. El ex coordinador cree que el equipo editorial de la segunda etapa habría aceptado trabajar con esos temas si la empresa lo hubiera pedido.

A toro pasado, el ex editor Jorge Guzmán cree que al periódico le hubiera convenido asumirse desde el principio como una publicación de escándalos y buscar anunciantes afines a ese perfil.

Concluye además que el tabloide careció de lo que el equipo editorial de *Reforma* llama "sinergia entre plazas"; es decir, que *El Centro* utilizara con más fuerza los contenidos generados por otras publicaciones de Notmusa. Aprovechar más el contenido generado en casa.

Para Eric Estrada la gente cercana a Salvador Camarena no estuvo cómoda con el trabajo realizado. El ex reportero auxiliar considera que el segundo y último director tampoco pudo hacer de *El Centro* el modelo de periódico que Notmusa quería.

La percepción de Marco Martínez es distinta. Él cree que se trató de un periódico ambicioso al que le faltó tiempo y la crisis económica lo alcanzó.

Opina que Salvador Camarena imprimió su "sello" al diario, pero hubo personas que no estuvieron dispuestas a comprárselo:

"También tenía virtudes la redacción, yo sé que a lo mejor para los de la primera generación lo que voy a decir no es cierto, y cada quien va a decir '(nosotros) éramos la mejor redacción', pero cuando yo llegué me tocó estar con gente que yo aprecio".

Para fortalecer el argumento del cierre por la crisis económica, la última edición de *El Centro* incluyó entrevistas con profesionistas que hablaban de reducciones en sus gastos, cancelaciones de proyectos, viajes o compras.

El mensaje fue que finalmente todos habían sido tocados ya por los números rojos de Wall Street. Todos, incluido ese tabloide de diseño inusual entre los diarios "serios" que intentó convertirse en el periódico de la ciudad de México, el de los clasemedieros chilangos.

Un metropolitano al que le sobró talento y originalidad, pero le faltó tiempo, definición y la confianza de su casa. Un periódico que tras 583 ediciones y pese al cambio de director, personal y perfil, por más que se defendió…, se lo cargó la chingada.

Conclusiones

No hay una respuesta que satisfaga plenamente a quienes se preguntan por el cierre del periódico.

El mejor argumento lo tiene la empresa editora del extinto tabloide, aunque prefirió no atender las peticiones de entrevista hechas por el autor de este trabajo.

De acuerdo con ex personal, la justificación dada por los directivos de Notmusa fue la crisis económica mundial que ya se asomaba en 2008, y que impactaba en la adquisición de insumos de la casa editorial.

Una situación financiera global que obligó a empresas a reducir costos y personal para mantenerse con vida, medidas tomadas por Notmusa, pero que evidentemente no fueron suficientes.

"Si tú dependes de una compañía, y la compañía tiene problemas, qué importa que tú no seas el problema", agrega el periodista y ex director editorial Salvador Camarena en su argumentación sobre el cierre.

Ante un escenario económico adverso, Grupo Editorial Notmusa prefirió deshacerse de una publicación que no generaba ganancias y que no lo haría hasta al menos tres años después de su creación, según las propias estimaciones de la empresa.

Se trató de una publicación que careció de una estrategia publicitaria fuerte, que atrajera más anunciantes y lo hicieran rentable, a decir de los entrevistados. Un diario que contó con una redacción de primer nivel, integrada por profesionales con experiencia y talento, pero que no tuvo la paciencia de quienes ponían el dinero.

¿*El Centro* hubiera sobrevivido al argumento de la crisis económica mundial de haberse ofrecido desde un principio a los capitalinos como un diario sensacionalista? Es muy probable que sí, pero Notmusa no quería un producto de ese tipo.

Dice Gabriel Pérez que Salvador Camarena fue requerido por la empresa para tratar de salvar a un "enfermo de cáncer en fase terminal", pero no le dieron tiempo. Miguel Castillo Chávez, el primer director, tampoco tuvo de su lado la paciencia de Notmusa.

Las interpretaciones sobre el periodismo crítico del tabloide son distintas. Hubo quienes vieron a *El Centro* de Castillo Chávez como un diario belicoso y enfadado con el poder político federal y capitalino, y hubo quienes observaron en la etapa con Camarena un tabloide condescendiente con el gobierno del presidente Felipe Calderón.

Otros sostienen que el periódico no dejó de cuestionar al poder político bajo la dirección de Salvador Camarena. La publicación tuvo dos estilos encabezados por periodistas de primer nivel. Diferentes. Sin consignas, fobias o filias, al menos no impresas en las páginas.

La primera etapa se caracterizó por un periodismo severo con el poder político capitalino y federal. Notas como el protagonismo de Mariagna Prats, esposa del jefe de gobierno del DF, el peso de la familia Mouriño en Campeche o la adquisición de botellas de alcohol en la Presidencia de la República no se notaron en la segunda etapa del diario.

La mayoría de los entrevistados coincide en que Notmusa, empresa dedicada a revistas de entretenimiento, era inexperta en el trato con el poder político. Y Miguel Castillo era uno de sus implacables críticos.

El Centro con Salvador Camarena se abrió más al diseño, a las imágenes y a las formas de sorprender al lector con la información ofrecida.

Camarena aprovechó su experiencia como director de la revista *Chilango* para hacer del periódico un producto aún más divertido, sorprendente, sin que ello significara el sacrificio de la investigación periodística.

El Centro de Camarena fue menos belicoso con el gobierno federal, aunque mantuvo el ejercicio crítico hacia el gobierno de la ciudad de México. El periodista tenía claro que estaba frente a una publicación metropolitana.

La hipótesis de este proyecto de investigación planteaba que el despido del primer director fue producto de la presión ejercida por Televisa contra Notmusa tras la publicación de la entrevista con Víctor Hugo O'Farril, lo cual es parcialmente cierto.

La entrevista con el ex socio y ex productor de la televisora más importante del país fue la justificación idónea de Notmusa para acelerar el despido de Miguel Castillo, pues la empresa negociaba con Salvador Camarena su incorporación al tabloide antes de que se publicara el texto.

Sin entrevista de por medio, Miguel Castillo hubiera sido cesado de cualquier modo porque la empresa ya no quería su trabajo editorial. Además no hay evidencia de que la televisora pidiera la cabeza del periodista por las declaraciones de O'Farril. En 2009 Miguel Castillo trabajaba con Carlos Loret de Mola en su noticiero *Primero Noticias*, en Televisa.

Del origen de la restricción de Televisa lo verificable es que a reporteros de *Récord* se les impidió el acceso a instalaciones de los equipos de futbol en manos de la televisora a partir de la publicación de la entrevista, en octubre de 2007.

La actual vigencia de la medida contra de Notmusa crea suspicacias, pues han pasado ya cuatro años. ¿De qué tamaño sería el enojo de Televisa? ¿O la entrevista fue el pretexto que necesitaba para lanzar esa ofensiva? Este autor buscó respuestas en la televisora, pero no hubo éxito.

El equipo cercano a Miguel Castillo renunció tras el despido de éste y algunos interpretaron la medida de Notmusa como un acto de autocensura, pero la entrevista fue revisada y publicada.

La publicación de las declaraciones de O'Farril fue una apuesta del diario que se enmarcaba en el periodismo ejercido durante la etapa de Miguel Castillo.

La entrevista fue el remate a una serie de notas críticas del reportero Víctor Hugo Sánchez sobre Televisa. Era evidente que la televisora reaccionaría y el periodista de espectáculos estaba consciente de ello. ¿Lo estaban los jefes editoriales de *El Centro* y los directivos de Notmusa?

El error de Miguel Castillo fue creer que Notmusa lo respaldaría ante las posibles reacciones de la televisora, la realidad fue que la casa editorial le retiró su confianza y no lo apoyó. De ser cierto que Notmusa estaba en negociaciones con Salvador Camarena antes del conflicto por la entrevista, ¿qué caso tenía para el grupo respaldar a Castillo si ya no estaba a gusto con él?

El Centro fue un diario que tomó el discurso de las revistas de entretenimiento para dirigirse a un público joven con educación universitaria, un tabloide que se valió del diseño, el color y la creatividad para alejarse de la solemnidad o el amarillismo.

Un periódico que trató de ganarse a los capitalinos hartos de los discursos de políticos o cuerpos ensangrentados en primera plana.

Un tabloide al que le sobró talento y profesionalismo, pero al que no le dieron tiempo de encontrarse.

Referencias

Hemerográficas

Amador, Sheila. "Un patronato de regalo" en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 4, 8 de marzo de 2007, México, DF.

Almazán R, Jorge. "Retorna Caiga quien Caiga" en el periódico *Esto*, versión en internet, 25 de mayo de 2007, México, DF. Tomado del sitio: http://www.oem.com.mx/esto/notas/n288424.htm y consultado el 20 de julio de 2010.

Becerril, Andrea y Ballinas, Víctor. "Senado y poderes fácticos chocan en el marco de la reforma electoral" en el periódico *La Jornada*, 12 de septiembre de 2009, México, DF, versión en internet. Tomado del sitio http://www.jornada.unam.mx/2007/09/12/index.php?section=politica&article=003n1pol y consultado el 4 de enero de 2011.

Carriedo, Luis Miguel y Laura Islas Reyes. "Publicidad oficial, subejercicio inexplicable" en revista *Etcétera*, edición 85, noviembre, 2007, México, DF, versión para internet. Tomado del sitio http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=171 y consultado el 30 de diciembre de 2010.

Castillo Chávez, Miguel. "Náufragos en Los Pinos" en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 144, 26 de julio de 2007, México, DF.

Castillo, Chávez. "Información y familia" en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 134, 16 de julio de 2007, México, DF.

Gómez Albarrán, Alejandro. "Suerte al Ruso" en periódico *Récord*, editorial Notmusa, año 5, número 1970, 8 de octubre de 2007, México, DF.

Hernández, Luis Guillermo. “Se aceptan subsidios” en *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 8, 12 de marzo de 2007, México, DF.

Hernández, Luis Guillermo. “Mariagna imparable” en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 128, 10 de julio de 2007, México, DF.

Ontiveros, Jorge Reyes. “Prohíben embarazarse” en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 15, 19 de marzo de 2007, México, DF.

Pavón, Carolina. “Un suegro privilegiado” en *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 114, 26 de junio, México, DF.

Portada del periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 2, número 576, 3 de octubre de 2008, México, DF.

Portada del periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 2, número 407, 16 de abril de 2008, México, DF.

Quintero, Arely. “Sus tragos también nos cuestan” en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 110, 22 de junio de 2007, México, DF.

Ramírez, Abril. “El clásico 199” en periódico *Récord*, editorial Notmusa, año 5, número 1990, 28 de octubre de 2007, México, DF.

Romero Puga, Juan Carlos. “La crisis arrastra a los diarios mexicanos” en revista *Zócalo*, número 108, febrero de 2008, México, DF, versión en internet. Tomado del sitio http://enmedio.wordpress.com/2009/02/05/la-crisis-arrastra-a-los-diarios-mexicanos/ y consultado el 4 de enero de 2011.

Salazar, Amilcar. “Jano Runo y su mal récord” en la columna “Estación DF” *de El Universal*, 9 de junio de 2009, México, DF, versión en internet. Tomado del sitio http://www.mexiconews.com.mx/columnas/78605.html y consultado el 4 de enero de 2011.

Salazar Martínez, Gabriel. “Manita al rancho de los suegros” en *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 109, 21 de junio de 2007, México, DF.

Sánchez, Víctor Hugo. “Productores y directores buscan al malo del cuento” en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 124, 6 de julio de 2007, México, DF.

Sánchez, Víctor Hugo. “Rating, el número de la bestia” en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 124, 6 de julio de 2007, México, DF.

Sánchez, Víctor Hugo. “TV Azteca estrena series”, en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 124, 6 de julio de 2007, México, DF.

Sánchez, Víctor Hugo. “El drama de hoy: Televisa llena de chavos high” en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 206, 26 de septiembre de 2007, México, DF.

Sánchez, Víctor Hugo. “El Tigre me traicionó: Víctor Hugo O’Farril” en periódico *El Centro,* editorial Notmusa, año 1, número 211, 1 de octubre de 2007, México, DF.

Sánchez, Víctor Hugo. “Ya no queda quién los dirija: O’ Farril” en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 212, 2 de octubre de 2007, México, DF.

Sánchez, Víctor Hugo. “Para la TV: lo que un día fue, no será” en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 211, lunes 1 de octubre de 2007, México, DF.

Sesma Vázquez, Humberto. “Termina la aventura editorial de *El Centro*” en revista *Etcétera*, versión en internet, 1 de noviembre de 2008, México, DF. Tomado del sitio: www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=1978 y consultado el 5 de enero de 2011.

Sin autor. “Revistas, al margen de la publicidad gubernamental” en revista *Etcétera*, 1 de octubre de 2008, México, DF, versión para internet. Tomado del sitio: http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=134 y consultado el 30 de diciembre de 2010.

Sin autor. “Los 300” en revista *Líderes Mexicanos*, publicada por Ferraez Editores, 1 de noviembre de 2010, versión web. Tomado del sitio www.lideresmexicanos.com/seccion/300/page/11/ y consultado el 21 de noviembre de 2010.

Sin autor. “Las 500 empresas más importantes de México” en revista *Expansión*, publicación de Grupo Editorial Expansión, versión para internet, 11 de junio de 2009. Tomado del sitio www.cnnexpansion.com/XPA5002009/?uid=1 y consultado el 29 de diciembre de 2010.

Sin autor. “*El Centro* es grande gracias a ti”, en *El Centro*, editorial Notmusa, año 2, número 582, 11 de octubre de 2008, México, DF, versión para internet. Tomado de la dirección www.centrodc.com.mx/centroWeb/viewEntrance.do?webPagDate=2008-10-11 y consultado el 29 de diciembre de 2010.

Sin autor. “El polvo de aquellos lodos” en contraportada del periódico *El Centro*, editorial Notmusa, 12 de octubre de 2007, año 1, número 222, México, DF.

Sin autor. “El empresario Carlos Flores Núñez descabeza *El Centro*” en revista *Zócalo*, número 92, octubre 2007, México, DF, versión en internet. Tomado del sitio www.periodistasenlinea.org/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=6011 y consultado el 4 de enero de 2011.

Sin autor y sin título en sección "Economía a Retazos" del periódico *La Jornada de Oriente*, versión en internet, 13 de febrero de 2008, México, Puebla. Tomado del sitio www.lajornadadeoriente.com.mx/2008/02/13/puebla/s2ret09.php y consultado el 4 de enero de 2011.

Sin autor. "Se solicitan ONG" en la primera plana del periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 2, número 480, 28 de junio de 2008, México, DF.

Sin autor. "Se buscan. Si los ves, pregúntales cuándo harán su chamba" en el *periódico El Centro*, editorial Notmusa, año 2, número 484, dos de julio de 2008, México, DF.

Sin autor. Pie de foto en el periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 2, número 484, 28 de junio de 2008, México, DF.

Sin autor. "Distribución de la inversión publicitaria en medios en México durante 2009" en revista *Merca2.0,* versión en internet, México. Tomado del sitio www.merca20.com/distribucion-de-la-inversion-en-medios-mexicanos-2009 y consultado el 23 de junio de 2010.

Sin autor. "Crecimiento de la industria en medios mexicanos" en revista *Merca2.0*, México, versión en internet. Tomado del sitio www.merca20.com/crecimiento-de-la-industria-en-medios-mexicanos y consultado el 24 de junio de 2010.

Tejada, Armando G. "Editores de periódicos españoles piden ser incluidos en los planes de rescate" en periódico *La Jornada*, 12 de diciembre de 2008, México, DF, versión en internet. Tomado del sitio http://www.jornada.unam.mx/2008/12/12/index.php?section=economia&article=027n2eco y consultado el 17 de mayo de 2010.

Trinidad Martínez, Verónica; Pineda, Angélica y Martínez, Omar Raúl. *Recuento de daños 1999*, reporte publicado por el Centro Nacional de Comunicación Social AC y la Red

Mexicana de Protección a Periodistas y Medios de Comunicación, versión en internet. Tomado del sitio http://cencos.org/es/node/22972 y consultado el 4 de enero de 2011.
Turcott, Marco Levario. "Las revistas, fuera de la publicidad institucional" en revista *Etcétera*, 30 de septiembre de 2009, México, DF, versión para internet. Tomado del sitio http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=1526 y consultado el 30 de diciembre de 2010.

Velázquez, Manuel. "Campeche, ciudad amouriñada" en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 131, 13 de julio de 2007, México, DF.

Velázquez, Manuel. "La fortaleza de Juan Camilo, enigmática e impenetrable" en periódico *El Centro*, editorial Notmusa, año 1, número 131, 13 de julio de 2007, México, DF.

Villamil, Jenaro. "La autocensura se impone" en revista *Proceso*, editorial Comunicación e Información SA de CV, número 1616, 21 de octubre de 2007, México, DF.

Bibliográficas

Bastenier, Miguel Ángel. *El Blanco Móvil. Curso de Periodismo*, editorial El País-Grupo Santillana, Madrid, 2001.

Campbell, Federico. *Periodismo Escrito*, editorial Planeta, México, 1995.

Castellanos Herrera, Ulises. *En la Mira*. Apuntes de un editor de fotografía, editorial Universidad Iberoamericana, México, 2010.

González Reyna, Susana. *Periodismo de Opinión y Discurso*, editorial Trillas, segunda edición, México, 1999.

Guajardo, Horacio. *Elementos del Periodismo*, editorial Gernika, sexta edición, México, 1994.

Hernández Sampieri y otros. *Metodología de la Investigación*, editorial Mc Graw Hill, tercera edición, México, 2003.

Ibáñez Brambila, Berenice. *Manual para la Elaboración de Tesis*, editorial Trillas, México, 1995.

Marín, Carlos. *Manual de Periodismo*, editorial Grijalbo, México, 2003.

Ulibarri, Eduardo. *Idea y vida del reportaje*, editorial Trillas, México, 1994.

Vivaldi, G. Martín. *Géneros periodísticos*, editorial Paraninfo, sexta edición, Madrid, 1998.

Sitios en internet

Alvarado, Nicolás. "Descentrado" en blog de *1:N Primero Noticias con Carlos Loret de Mola*, 16 de octubre de 2008, México, DF. Tomado del sitio http://blogs.esmas.com/loretdemola/index.php/2008/10/16/descentrado/ y consultado el 12 de septiembre de 2010.

Cabrera, Mauricio. "El Blog de Maca" en el portal deportivo *mediotiempo.com*, 28 de abril de 2007, México, DF. Tomado de la dirección http://blogs.mediotiempo.com/?m=200704 y consultado el 29 de mayo de 2010.

Cabrera, Mauricio. "El Blog de Maca" en el portal deportivo *mediotiempo.com*, 13 de abril de 2007, México, DF. Tomado de la dirección http://blogs.mediotiempo.com/?p=279 y consultado el 29 de mayo de 2010.

Cueva, Álvaro. "El Veto de Televisa" en *Ojo por Ojo*, columna del 28 de octubre de 2007 publicada en el sitio *www.alvarocueva.com*, México, DF. Tomado del sitio www.alvarocueva.com/alvaro2/detalle.asp?Id=2279 y consultado el 4 de enero de 2011.

Ortells, Sara. *La redefinición de los géneros periodísticos, el infoentretenimiento como punto de partida del cambio* documento publicado por la Universidad Jaume I, Castellón, España. Tomado del sitio: www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi13/38.pdf y consultado el 29 de diciembre de 2010.

Romero Puga, Juan Carlos. "Primer día de *El Centro'* en el blog *En Medio*, 5 de marzo de 2007, México, DF. Tomado del sitio http://enmedio.wordpress.com/2007/03/05/primer-dia-de-el-centro/ y consultado el 29 de mayo de 2010.

Romero Puga, Juan Carlos. "*El Centro*, seis meses" en el blog *En Medio*, 5 de septiembre de 2007, México, DF. Tomado de la dirección http://enmedio.wordpress.com/2007/09/05/el-centro-seis-meses/ y consultado el 29 de mayo de 2010.

Romero Puga, Juan Carlos. "Choque con Televisa ocasiona cambios en *El Centro*" en el blog *En Medio*, 16 de octubre de 2007, México, DF. Tomado del sitio http://enmedio.wordpress.com/2007/10/16/choque-con-televisa-ocasiona-cambios-en-el-centro/ y consultado el 4 de enero de 2011.

Sin autor. "Los 100 empresarios más importantes 2008" en el portal de noticias *CNN Expansión*, 28 de abril de 2008, México, DF. Tomado del sitio www.cnnexpansion.com/especiales/los-100-empresarios-mas-importantes-2008 y consultado el 29 de diciembre de 2010.

Sin autor. "Maya Magazines, Inc. lanza el 2 de septiembre la revista semanal *Récord Semanario de Fútbol*" (sic) en el sitio de noticias *Hispanic PR Wire*, 27 de agosto de 2008. Tomado de la dirección www.hispanicprwire.com/News/es/12309/13/maya-magazines,-inc.-lanza-el-2-de-septiembre-la-revista-semanal y consultado el 29 de diciembre de 2010.

Sin autor. “Caiga quien Caiga” en sitio web de la televisora TV Azteca, México, DF. Tomado del sitio www.tvazteca.com/espectaculos/caigaquiencaiga/fichaTecnica.shtml y consultado el 20 de julio de 2010.

Sin autor. “Cierra *El Centro*. Altos costos del papel” en el blog *OMCIM/Los medios vistos por los medios. Observatorio de Medios de UIA*, 13 de octubre de 2008, México, DF. Tomado del sitio http://observatoriomediosuia3.wordpress.com/2008/10/13/cierra-el-centro-altos-costos-de-papel/ y consultado el 20 de septiembre de 2010.

Sin autor. “Pone *The Washington Post* a la venta su revista *Newsweek*” en el portal de noticias *Terra México*, 5 de mayo de 2010, México, DF. Tomado del sitio www.terra.com.mx/noticias/articulo/905763/Pone+The+Washington+Post+a+la+venta+su+revista+Newsweek.htm y consultado el 4 de enero de 2011.

Villamil, Jenaro. “Concentración mediática y lavado de cerebros en América Latina” en *Observatorio de Medios Fucatel*, edición de internet, 7 julio de 2009, Colombia. Tomado del sitio www.observatoriofucatel.cl/concentracion-mediatica-y-lavado-de-cerebros-en-america-latina y consultado el 29 de diciembre de 2010.

Vidal Bonifaz, Francisco. “Ventas de los principales grupos de medios y entretenimiento, 2008” en el sitio web *La Rueda de la Fortuna*, 29 de junio de 2009, México. Tomado de la página http://ruedadelafortuna.wordpress.com/2008/09/08/ y consultado el 24 de mayo de 2010.

Vidal Bonifaz, Francisco. “Más malas noticias” en el sitio web *La Rueda de la Fortuna*, 15 de diciembre de 2008, México, DF. Tomado del sitio http://ruedadelafortuna.wordpress.com/2008/12/15/mas-malas-noticias/ y consultado el 4 de enero de 2011.

Vidal Bonifaz, Francisco. “Mercado mexicano de la publicidad, 1998-2009″ en el sitio web *La Rueda de la Fortuna*, 3 de mayo de 2010, México, DF. Tomado del sitio http://ruedadelafortuna.wordpress.com/2010/05/03/mercado-mexicano-de-la-publicidad-1998-2009 y consultado el 23 de junio de 2010.

Vidal Bonifaz, Francisco. “Tiraje y circulación de los periódicos, 1994-2008″ en el sitio web *La Rueda de la Fortuna*, 30 de marzo de 2009, México, DF. Tomado del sitio http://ruedadelafortuna.wordpress.com/2009/03/30/tiraje-y-circulacion-de-los-periodicos-1994-2008/ y consultado el 6 de julio de 2010.

Vidal Bonifaz, Francisco. “Ingresos de los periódicos, 1994-2008″ en el sitio web *La Rueda de la Fortuna*, 4 de abril de 2009, México, DF. Tomado del sitio http://ruedadelafortuna.wordpress.com/2009/04/03/ingresos-de-los-periodicos-1994-2008/ y consultado el 6 de julio de 2010.

Otros documentos

Espino Arévalo, Fernando. “Carta de Espino”, documento dirigido vía correo electrónico al director del periódico *El Centro*, Miguel Castillo, fechado el 7 de marzo de 2007 y cuya copia posee el autor de este trabajo.

Grupo Editorial Notmusa. “*El Centro*. Lectores de Lunes a Viernes. Argumentos con valor comercial y editorial”, documento cuya copia posee el autor de este trabajo

Sin autor. Información sobre la circulación de *El Centro* obtenida vía transparencia el 25 de septiembre de 2009 a través del oficio SNM/ST/EUT/157/2009 de la Subsecretaría de Normatividad de Medios de la *Secretaría de Gobernación*.

Sin autor. “Padrón nacional de medios impresos” en página de la *Secretaría de Gobernación*, sin fecha. Tomado del sitio web: http://pnmi.segob.gob.mx y consultado el 1 de septiembre de 2010.

Sin autor. “Recursos autorizados a Notmusa. Ejercicios fiscales 2006-2009”, información obtenida de la Subsecretaría de Normatividad de Medios de la *Secretaría de Gobernación* a través de la solicitud 0400101910, fundamentada en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Entrevistas

Bordon Esparza, Alejandra, ex coordinadora editorial de *El Centro*. Realizada en diciembre de 2009.

Camarena Rodríguez, Salvador, ex director editorial de *El Centro*. Realizada en noviembre de 2009.

Casarreal Salcido, Víctor, ex reportero de *Récord*. Realizada en marzo de 2011.

Castellanos Herrera, Ulises, ex coordinador editorial de fotografía de *El Centro*. Realizada en febrero de 2011.

Cortés, José Antonio, coordinador editorial del periódico *Récord*. Realizada en octubre de 2009.

Cruz Jiménez, Francisco, ex editor general de *El Centro*. Realizada en diciembre de 2009.

Estrada Ángeles, Eric, ex asistente y reportero de *El Centro*. Realizada en febrero de 2010.

Fierro Castillo, Juan Omar, ex reportero de *El Centro*. Realizada en mayo de 2010.

García Fernández, Rubén, ex coordinador editorial de *El Centro*. Realizada en enero de 2010.

Guzmán Acosta, Jorge Raúl, ex coordinador general editorial de *El Centro*. Realizada en septiembre de 2010.

Hernández Ramírez, Luis Guillermo, ex reportero de trabajos especiales de *El Centro*. Realizada en diciembre de 2009.

Jiménez Delgado, José Gerardo, ex reportero de *El Centro*. Realizada en noviembre de 2009.

Martínez García, Marco Antonio, ex reportero *El Centro*. Realizada en marzo de 2010.

Martínez González, Juan Fernando, ex editor de *El Centro*. Realizada en abril de 2010.

Paredes Vadillo, Ivonne, ex reportera de *El Centro*. Realizada en abril de 2010.

Pavón Jiménez, Carolina, ex jefa de información de *El Centro*. Realizada en septiembre de 2010.

Pérez Estrada, Diana, ex reportera de *Récord*. Realizada en abril de 2010.

Pérez Osorio, Gabriel, ex coordinador general editorial de *El Centro*. Realizada en agosto de 2010.

Sánchez Camacho, Víctor Hugo, ex reportero de *El Centro*. Realizada en abril de 2010.

Zamarrón León, Héctor, ex subdirector editorial de *El Centro*. Realizada en mayo de 2010.

Anexo

Peticiones de entrevista a Grupo Editorial Notmusa

Carta dirigida a Recursos Humanos el 5 de febrero de 2010.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ASUNTO: SOLICITUD DE ENTREVISTA

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Lic. Karla Robles
Dirección de Recursos Humanos de
Editorial Notmusa

Por este medio se solicita su permiso para que el alumno **RIVERA GONZALEZ FRANCISCO,** con número de cuenta 9424465-2 egresado de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, pueda realizar una entrevista al ***LIC. CARLOS FLORES u otro directivo de su editorial*** el día que se considere posible.

Esta actividad tienen como propósito contribuir al proyecto de TESIS: DESCABEZAN AL CENTRO, asesorado por la DRA ELVIRA HERNÁNDEZ CARBALLIDO. Este trabajo recepcional tiene por motivo la obtención del Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Es por tanto necesario aclarar que esta entrevista tiene fines única y exclusivamente académicos.

Los puntos a tratar en la entrevista serán los siguientes:
*Gestación del proyecto EL CENTRO
*Expectativas de la empresa con este medio
*Reacciones del poder político y empresarial sobre el contenido de la cobertura editorial
*Ajustes en el organigrama interno en octubre de 2007
*Motivos del cierre del periódico

El alumno queda a disposición del horario y día que se considere pertinente para la realización de este ejercicio práctico, dejando para ustedes los teléfonos en espera de agendar la cita.

Quedo de usted no sin antes aprovechar la oportunidad para mandarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE
"POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU"
Ciudad Universitaria, D.F., a 5 de febrero de 2010
El Coordinador de la Carrera

MTRO. ARTURO GUILLEMAUD RODRÍGUEZ VÁZQUEZ
Circuito Mario de la Cueva, s/n, Zona cultural, ciudad Universitaria, D.F., Edificio [illegible]
ANEXO COPIA DE CREDENCIAL DEL ALUMNO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
COORDINACIÓN DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Respuesta de Gabriel Pérez Osorio, integrante de Grupo Editorial Notmusa, el 20 de enero de 2011 a petición formulada por correo electrónico.

From: g.perez@notmusa.com.mx
Subject: Re: Tesista
Date: Thu, 20 Jan 2011 13:28:06 -0600
To: francisco_riverag@hotmail.com

Hola, Paco,

He enviado tu mail a las personas que pueden ayudarte. Espero que tengas una respuesta positiva.
Abrazo!
El 02/08/2010, a las 20:38, Francisco Rivera González escribió:

Qué tal Gabriel

Te escribe Francisco Rivera. Estoy haciendo mi tesis de licenciatura sobre el proyecto editorial de El Centro, en el que colaboré a través de la sección capitalina.

Sé que fuiste coordinador general editorial del diario en la etapa de Salvador Camarena y que continúas en Notmusa.

Me interesa mucho entrevistar a Carlos Flores o Alejandro Gómez sobre el proyecto, sus orígenes, cambios editoriales y culminación.

Recurro a ti para saber si es posible tener una charla con alguno de los dos directivos.

Mi trabajo es para obtener la licenciatura en Ciencias de Comunicación por la UNAM y es dirigido por la doctora Elvira Hernández Carballido, por lo que la entrevista tendría fines única y exclusivamente académicos.

Mi número de cuenta es el 9424465-2 y soy egresado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la generación 1998-2003.

Gracias por tu atención y quedo a tus órdenes a través de este correo o en el celular [suprimido]. Muchas gracias.

Respuesta de Martha Ricardi Velázquez, asistente de la dirección editorial de Notmusa, el 31 de enero de 2011 a petición hecha también por correo electrónico.

Re: Solicitud de entrevista para trabajo de tesis

Date: Mon, 31 Jan 2011 13:44:19 -0600
From: m.ricardi@notmusa.com.mx
To: francisco_riverag@hotmail.com
Subject: Re: Solicitud de entrevista para trabajo de tesis

Francisco:

Ya lo platiqué con Alejandro, y desafortundadmente me dijo que no tiene tiempo para concertar un cita ya que estará llevando varios viajes a Mty y Gdlj a parte de varias juntas en el diario.

Me da mucha pena no haber podido ayuadrte en esta ocasión; si de alguna otra forma crees que te podamos ayudar, con mucho gusto quedo a tus órdenes.

Saludos y de nuevo una disculpa.

Martha Lilia Ricardi Velázquez
Asistente de Dirección Editorial
Record

Tel. 91409500 Ext. 1003
NOTMUSA, S.A. de C.V.
Periférico Sur 4293 Col. Jardines en la Montaña
C.P. 14210 México, D.F.

Solicitud de entrevista para trabajo de tesis

Para m.ricardi@notmusa.com.mx

De:	**Francisco Rivera González** (francisco_riverag@hotmail.com)
Enviado:	lunes, 17 de enero de 2011 08:14:50 p.m.
Para:	m.ricardi@notmusa.com.mx

Hola Martha Ricardi

Me llamo Francisco Rivera González y actualmente elaboro mi trabajo de titulación en la UNAM sobre *El Centro*, el diario que Notmusa publicó entre 2007 y 2008 y en el que trabajé como reportero.

El trabajo propuesto es un reportaje sobre el origen, cambios editoriales y cierre del tabloide.

Me interesa mucho tener una entrevista con Alejandro Gómez, quien fuera director de Diarios de Notmusa, para tener su opinión de lo que fue la publicación.

La entrevista sería utilizada únicamente con fines académicos con el objeto de terminar el trabajo ofrecido en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales para obtener la titulación.

Mi número de cuenta de la UNAM es el 9424465-2 y me asesor de tesis es la doctora Elvira Hernández Carballido.

De antemano agradezco tu atención y quedó a tus órdenes para cualquier duda o aclaración en el celular [suprimido], la cuenta twitter pacorivera78 o a través de este correo de hotmail.

Gracias.

Peticiones de entrevista a Televisa

Petición dirigida a María de los Ángeles Jiménez, asistente de la dirección general de Comunicación de la televisora, el 4 de marzo de 2011.

Solicitud de entrevista para tesis profesional

Para majimenezm@televisa.com.mx

De:	**Francisco Rivera González** (francisco_riverag@hotmail.com)
Enviado:	viernes, 04 de marzo de 2011 06:53:11 p.m.
Para:	majimenezm@televisa.com.mx

Buenas tardes María de los Ángeles Jiménez

Soy egresado de la UNAM y estoy haciendo mi trabajo de titulación para la licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Me interesa mucho entrevistar al director general corporativo de Comunicación de Televisa, Manuel Compeán Palacios, o alguno otro directivo que pudiera ayudarme.

Mi propuesta de tesis es un reportaje sobre el extinto periódico El Centro, editado por Grupo Editorial Notmusa entre marzo de 2007 y octubre de 2008.

Una parte de mi trabajo aborda una entrevista publicada en 2007 a un ex productor de la televisora y que entiendo puso a ésta y a Notmusa en una situación extraordinaria.

Tengo versiones de ex colaboradores del periódico sobre lo sucedido, pero atendiendo a fundamentos profesionales, me interesaría mucho contar con la versión de la televisora.

La entrevista sería usada únicamente con fines académicos.

Mi nombre es Francisco Rivera González, egresado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, mi número de cuenta es 9424465-2 y mi asesor de tesis es la doctora Elvira Carballido.

Muchas gracias por su atención y quedo a sus órdenes través de este correo y en el celular [suprimido] para saber si es posible la entrevista.

Correo electrónico enviado a Ana Paola de Luna, integrante de la televisora, con el cuestionario solicitado previamente por ella vía telefónica tras un segundo intento de solicitud de entrevista.

- RE: Cuestionario

Para apdlunai@televisa.com.mx

De:	**Francisco Rivera González** (francisco_riverag@hotmail.com)
Enviado:	jueves, 19 de mayo de 2011 06:56:10 p.m.
Para:	apdlunai@televisa.com.mx

Hola Ana Paola de Luna

Disculpa el retraso. Muchas gracias por la atención prestada a mi solicitud. Les recuerdo que la información será usada sólo con fines académicos, para mi trabajo de titulación de licenciatura.

Gracias de nuevo y quedo a sus órdenes.

1. Ex colaboradores del extinto periódico El Centro y del diario Récord, editados por Notmusa, aseguran que a partir de 2007, tras la publicación de una entrevista con Víctor Hugo O´Farril, a los reporteros de esta firma editorial se les impidió el ingreso a instalaciones y eventos de Televisa, ¿cuál es la versión de la televisora?

2. ¿La publicación de esa entrevista (1 y 2 de octubre de 2007) generó alguna molestia en la televisora?

3. ¿La empresa solicitó a Notmusa un derecho de réplica y cuál fue la respuesta?

4. Cómo es la relación profesional actual entre Televisa y Notmusa?

From: apdlunai@televisa.com.mx
To: francisco_riverag@hotmail.com
Date: Mon, 16 May 2011 14:10:35 -0500
Subject: Cuestionario

Estimado Francisco:

Te hago llegar mis datos para que puedas enviarme el cuestionario y podamos ayudarte a conseguir la información que necesitas. Mi correo es apdlunai@televisa.com.mx y mi teléfono es [suprimido].

Muchas gracias

Ana Paola de Luna