

# EMPRESAS EDITORIALES DE GUADALAJARA FRENTE A RETOS DE TECNOLOGÍA

Estar siempre en la mente y aceptación de la sociedad, tener propuesta que ofrece tema de lectura no es sencillo, por una parte hay que informar pero por otra hay que estar presentes en la elección de las audiencias y las opciones son muchas.

La combinación de muchos factores inciden hoy en el éxito de las empresas editoriales, aquellas que han logrado conjugar los elementos de tecnología, diseño, imagen y lo principal "el contenido" son aquellos que logran la permanencia.

Hace 10 años que la evolución de los medios impresos recibe un reto que no ha terminado hoy en pleno siglo XXI (recordando a una publicación que no existe). La tradición dicta mucho de las reglas que siguen los empresarios editoriales, por otra parte los contextos de sus enormes estructuras que lejos de ser hoy un apoyo, son grandes lastres de costos y burocracia.

"El contenido es el rey", se lo vengo escuchando a Ramón Alberto Garza gurú de las tendencias en mercados y audiencias de la información desde el 2000.

El éxito debe de estar presente en los rangos editoriales y en los de la publicidad (detalle que no se entiende). Todos los medios viven del anunciante, no del lector.

Hoy el acceso a la información es gratuito punto. ¿Cómo sobrevivir? De acuerdo a lo aprendido de cerca de Jorge Zepeda o Luis Ernesto Salomón, son los contenidos.



## Entre la empresa y el contenido

Retos y evoluciones de las empresas de prensa escrita en Guadalajara Jalisco.



Publicaciones locales presentes con tirajes representativos más no sustantivos.

## Sumario

### EMPRESAS EDITORIALES DE GUADALAJARA FRENTE A RETOS DE TECNOLOGÍA

El equilibrio entre el contenido y la rentabilidad.  
Entre la Razón y el Entendimiento...  
Coordinadores Editoriales.  
Auto Censura Editorial.

### Periodismo & Publicidad

Periodismo vs. Rentabilidad.  
Gubernamental y Comercial.

### Promoción & Publicidad

Presentadores.

### Screen & Plasma

Warner Channel TV.

**ICONO** GDL

Editado por  
Alta Corporativo Editores,  
S.A. de C.V.

Director-Editor  
**Alvaro López Tostado**  
alta@iconogdl.com

Edición  
**Grupo Corporativo BALAM**

Domicilio  
Av. Alberta #1975  
Fracc. Colomos Providencia  
CP 44660  
Guadalajara, Jalisco  
México

[www.iconogdl.com](http://www.iconogdl.com)  
comentarios@iconogdl.com

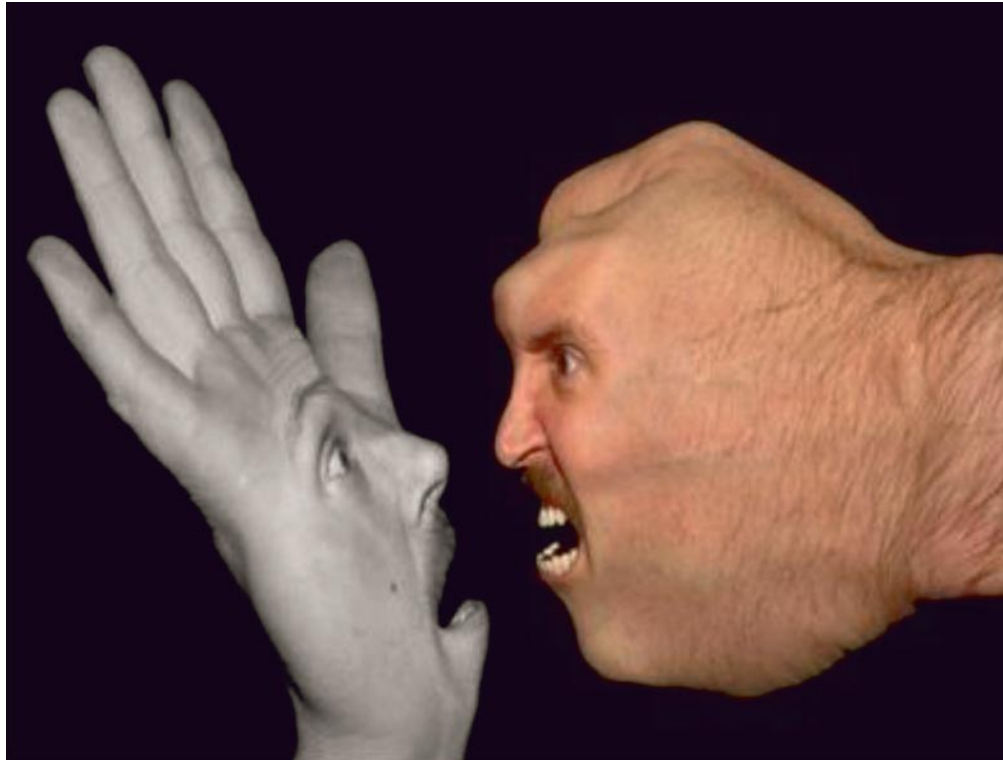
Circulación "Sólo Suscriptores"

Licencias y registros en Trámite.  
ICONO asume toda responsabilidad de los contenidos expresados en sus páginas en versiones impresas y digitales. Derechos de réplica escribir a comentarios@iconogdl.com

Edición dedicada a:  
**Dr. Luis Ernesto Salomón.**

## El equilibrio entre el contenido y la rentabilidad.

Hoy las empresas editoriales están enganchadas con estructuras, pesadas, en muchos aspectos anquilosadas, especialmente en sus direcciones que en forma permanente se rivalizan las plataformas editoriales y la pauta publicitaria.



¿Hacia donde caminar?

Lo urgente rebasa a lo importante, la inercia está por arriba de la sinergia y lo más identificable es la ausencia de profesionalismo y calidad en todos los niveles de la industria de Prensa Editorial.

Los procesos son realizados mediante los esquemas de tradición, que no han sido diseñados en plataformas de calidad como podrá ser programas de ISO.

No existe empresa

calificada que lo exponga abiertamente.

La ausencia de proyecto, de planes de reestructuras, migración de nuevas tecnologías a la par del propio personal de las empresas que está

anquilosado y en niveles incómodos de bajísimo rendimiento sin capacidad y actitud de enfrentar los tiempos son algunas de las principales causas de una oferta editorial pobre, seca, golpeadora, alarmante y de denuncia, lejos de la nota que informa, que educa y que tiene a sus lectores (audiencia o target) motivados por la evolución permanente y clara del acontecer de todos los días.



## Entre la Razón y el Entendimiento...

Por Alvaro López.

comentarios@iconogdl.com



Álvaro López Tostado.

**Editorial**

Hace 10 años que ingresé en el mercado de la venta de anuncios en El Informador de GDL. Bajo la coordinación de Fernando Ibarra Rivas. Aprendí que hay que identificar a la empresa en sus rangos, productos, contenidos, saber de que habla el editorial, quien lo escribe, donde se imprime, como

se entrega, a que horas es un producto terminado.

Hace 10 años que vengo estudiando a la empresa editorial y poco a poco descubro todos los días los diferentes modelos de operación de las distintas empresas que conforman la oferta editorial de esta plaza.

El documentarlo a diario, el observarlo a diario, el llevarlo a redes sociales, blogs, referenciar a cada persona que forma parte del inimaginable proceso de diseño, producción, edición, impresión, digitalización, terminado.... Su distribución y circulación, su promoción y su difusión... a la par de su venta, cobro y registro administrativo de toda la operación.

La paciencia que hay que tener en la toma de decisiones, que va en la primera plana, que no va, las imágenes, quienes deben de operar los editoriales, las diferentes mesas de redacción, la interacción con la sociedad que emite información y que lee nuestro trabajo.

Aunque en forma breve (casi cinco años) en esta empresapuededimensionar los cinco rangos de su facturación e ingreso, de las cualidades de cada una de las siete áreas en que se conforma desde hace más de 93 años, de las diferentes competencias tanto en contenidos como en mercados de publicidad. Un saludo Gabriel Jiménez Aguayo donde quiera que estés.

## Los Maestros de la Edición.

Tomando en cuenta a varias de las empresas editoriales de la entidad hay que observar estilos, formatos, diseño y arquitecturas editoriales que han sido trastocados en su conformación por publicidad que muchas veces demerita el esfuerzo del contenido.



Diego Petersen Farah, Guillermo Camacho, Jorge Zepeda Patterson y Marcos Shemaría.

Personajes identificados como claves en el ejercicio del periodismo de la entidad, cada uno con diferentes cualidades, todos ellos hay incursionado por muchos años al frente de las coordinaciones editoriales de Público Milenio, Mural de Reforma, El Universal en el DF, y el Informador.

Hay un detalle que les caracteriza a todos por igual y es que nunca han incidido en los modelos económicos de las empresas que han operado, a excepción

de Camacho todos han emigrado a otras empresas y medios informativos.

Todos ellos prueban que son capaces de atraer grandes audiencias de lectores, gracias a sus estilos de llevar la nota a la primera plana, así como los diferentes editorialistas y periodistas que han coordinado... solo que los empresarios quieren dinero no lectores, quieren dividendos no audiencias, quieren rentabilidad a bajo costo, y estos personajes son de alto costo.

## Ramón Alberto Garza.

El artífice de la evolución de la prensa escrita y medios de información en México.



Ramón Alberto Garza García, es un periodista con más de 30 años de trayectoria profesional en los medios de comunicación de México.

Originario de Monterrey, Nuevo León, México, es licenciado en Ciencias de la Comunicación por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM).

Su dinamismo y pasión por la nota con un especial estilo apertura la nueva generación de lectores para este siglo XXI. Hoy dirige una propuesta diferente y de vanguardia que se llama REPORTE INDIGO que opera en mercados virtuales completamente.

## Experiencia & Academia.

Visionario de una empresa que fue de la industria mecánica hacia la digitalización, de un formato rígido a un proyecto editorial donde integró nuevas secciones, suplementos, formatos y arquitectura editorial, llevando con esmero la evolución de "El Informador".



Dr. Luis E. Salomón Delgado.

Doctorado en Derecho en España, y con una gran habilidad para el cabildeo especialmente en temas de política el Dr. Salomón actualiza los procesos de innovación de una empresa que para entonces se acercó a este siglo con infinidad de retos.

¿Cómo llevar a una nueva generación, una empresa familiar con un peso y tradiciones altamente rentables en todos los aspectos, excepto en sus formatos y contenidos?

Diseño de nuevas secciones, incorporación de los suplementos para despertar a un tradicional y anquilosado lector de un diario serio, institucional, independiente pero radical en formatos.

Por muchos años el Dr. Salomón procura modernizar un modelo editorial al margen del modelo de operación empresarial.

Nunca fueron en la misma dirección la coordinación editorial con la coordinación comercial.

Puntos de vista completamente distintos en tiempos y espacios hacen que el proyecto pierda futuro a 20 años de haber emprendido el

esfuerzo.

Aunque se invirtió en tecnología, de digitaliza en 10 años la hemeroteca, se incursiona en modelos efectivos de suplementos como lo son Día Siete, "La Revista", "Tentación", inclusive se evoluciona en modelos informativos de entretenimiento como lo es "La Buena Vida" donde destacan participaciones del altísimo nivel periodístico con personajes como Ana Guerrero Santos y Azalea Ramírez.

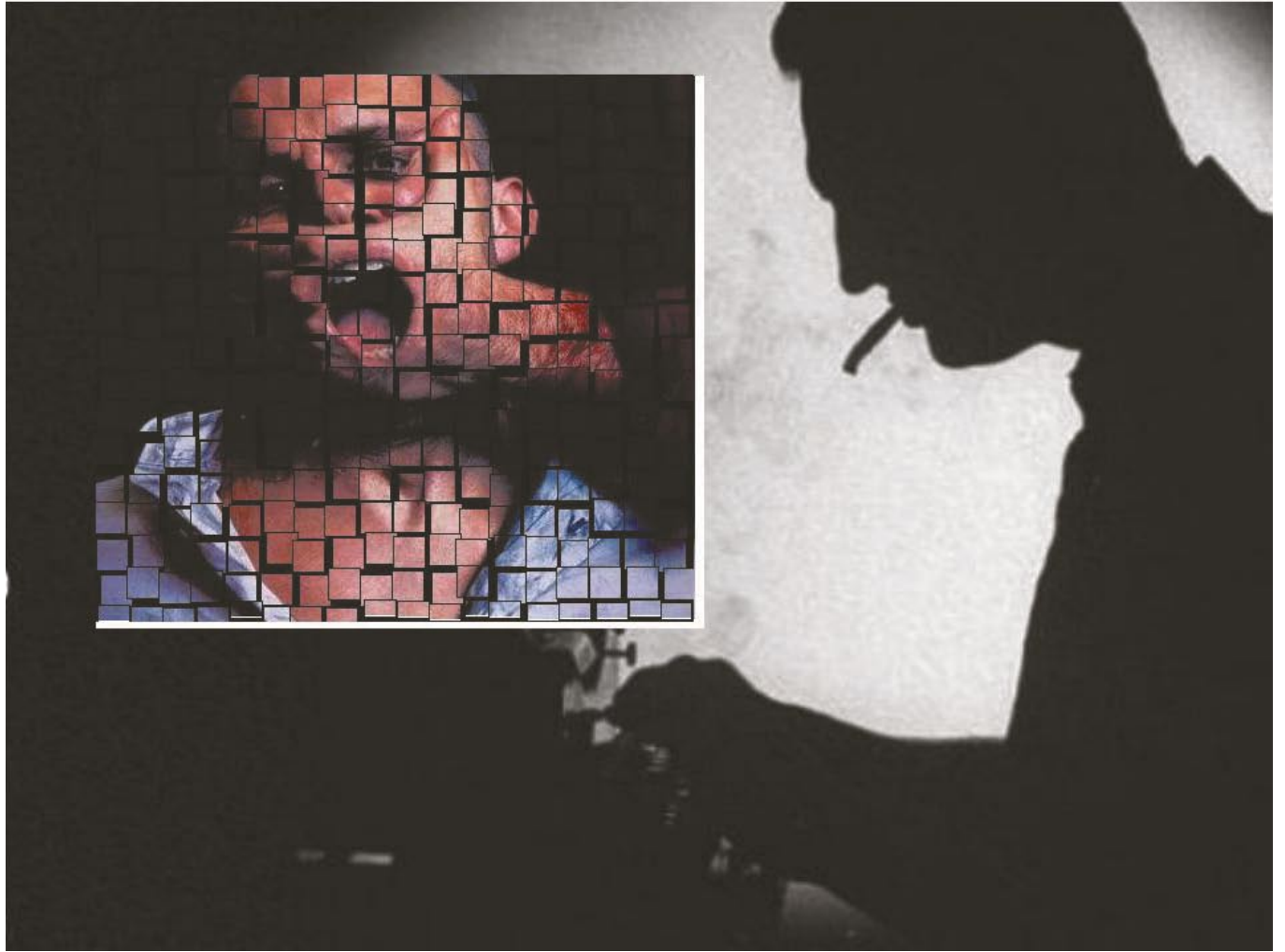
Se perdieron algunos esfuerzos notables como lo es la Sección de "Pasaporte" con Martha G. de Guarro, o secciones como "El Informador Economista" alianza con el Editor Luis Enrique Mercado de El Economista.

El Informador ha incursionado con éxito económico gracias a operar hasta la fecha el 70% de la facturación del "Aviso de Ocasión" de la entidad, detalle que no es igual en la baja en los últimos años del consumo y facturación del "Desplegado Tradicional" que ha venido a menos.

Con un tiraje insuficiente para una Guadalajara de más de seis millones de habitantes "El Informador" no da respuesta a las expectativas de una sociedad ávida de periodismo de calidad.

## Los Periodistas y la empresa de la Información.

Manual de Estilo y contenidos de la Prensa. "Por una libertad de expresión pero acotada".



### Auto Censura Editorial

Hoy la audiencia o los lectores de los medios de comunicación son el blanco de los diversos análisis y ejercicio de justicia personal de los periodistas, para ello las empresas de la comunicación elaboran sus propios manuales de estilo donde se plasma además de formatos, las normas de sus propios contenidos.

"La línea editorial" base de las empresas y empresarios de la prensa y en general de todos los medios.

Muchos de los

coordinadores editoriales han tenido que eliminar de sus equipos de trabajo a periodistas que por su personalidad, arrojo y tendencia ponen en peligro las relaciones públicas entre estos empresarios y los personajes gubernamentales del momento.

Jamás deben de existir los momentos en que el contenido marca la pauta y este va en pos de "la libertad de expresión" por arriba y este en la misma intensidad daña a la plataforma de exposición o exhibición de dicho contenido.

El reciente caso de la periodista Carmen Aristegui es un ejemplo de ello....

"Carmen más libre que nunca" exhibe la cadena de noticias MVS detalle que es cuestionado por las audiencias ya que lo único que compromete es la percepción que tiene la ciudadanía de la "Salud del primer mandatario" consecuencia del hecho grotesco que nace en la Cámara Baja con la exhibición de una manta que lo tilda de "Alcohólico".

Hoy la Presidencia de la

República contesta a los cuestionamientos de la periodista de forma respetuosa exhibiendo las actividades y complicada agenda del Presidente de la República.

Expone a la vez su respeto a la libertad de expresión sin mencionar la referencia de Aristegui que provocó su salida del grupo MVS.



Periodistas que van más allá de los códigos y estilos de las empresas de medios.

# El equilibrio entre la Tecnología, el Contenido y la Pauta Comercial

¿Cómo hacer que una empresa de medios especialmente en PRENSA camine en un mismo sentido cuando encuentra la excusa perfecta para su ineficiencia editorial que nunca es avalada por el proyecto comercial y de patrocinio.

“El contenido es el rey” asegura Ramón Alberto Garza... “Editorial no recibe órdenes de publicidad ni de pauta comercial, ya que coacciona la libertad de expresión” mencionan los coordinadores editoriales, y ¿Que pasa en los departamentos comerciales, cuando la nota, el contenido que efectivamente es el rey, no da para que el rey coma? Y si este rey como la mayoría de los dueños de las empresas de comunicación ¿come y vive como jeque árabe?

Estas visiones y rivalidades han llevado a sucumbir a la mayoría de los coordinadores editoriales que en el tiempo no logran que producto editorial sea un valor real de venta en los mercados de los patrocinadores y compradores de publicidad. La pauta editorial discrepa de la Pauta Comercial, que al final siempre FACTURA mata contenido.

Medios impresos han incursionado en medios digitales, la visión de las evoluciones que el acceso a la información y tecnologías obligan a emigrar a nuevos formatos que ofertan nuevas audiencias y ahora usuarios. Es evidente que el papel no desaparece en forma impresa, pero es real que cada vez el costo del mismo se verá



La empresa de comunicación encuentra en esta rivalidad la excusa de su incompetencia.

incrementado en forma sustancial, lo que obliga a las empresas a subir el precio del ejemplar ante el lector tradicional o de siglo XX contra un nuevo usuario que no está ya educado para pagar por la información y mucho menos por el viejo formato de los abuelos.

La disyuntiva está en otros sectores que la empresa y la prensa debe de considerar como lo son distribuciones, tirajes, targets fuera de las

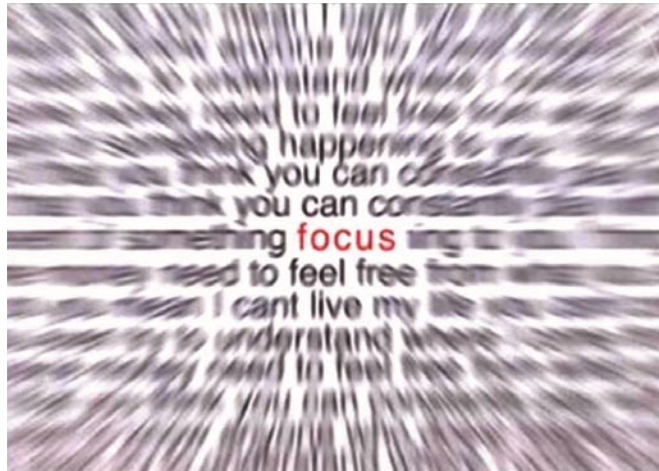


Esquemas integrales de contenido editorial.

periferias urbanas, baja de costo gasto corriente, inversión en nuevas tecnologías limpias, digitalización de procesos, profesionalización de los técnicos operadores de contenidos y “layouts” y el incursionar en plataformas de calidad como son procesos de calificación tipo ISO 9000 en adelante.

## Empresas de comunicación versus periodistas. Cuando la empresa ajusta al generador de contenidos.

Es evidente que el periodista de a pie, o el que arrastra la pluma para elaborar su editorial, su nota, reportaje o investigación, pone el alma en cada letra que conforma su mensaje. Su anonimato la mayoría de las veces es inminente, no está en cuadro, mucho menos en sociedad.



El periodismo se ejerce en las calles, en las trincheras donde nace la información, donde suceden los hechos y esto es a muchos pasos y distancias de las salas de redacción y las oficinas de los empresarios de la comunicación.

No es de sorprender que quien ofrece la nota

muchas veces sea un muerto de hambre.

Las entradas y salidas de Aristegui de las grandes cadenas de medios a las que pertenece se han convertido en la pauta del personalismo y muestra de quienes mandan en la información y en el ejercicio externo de una opinión.

No es importante si en la Cámara Baja un diputado exhibe con mantas a un presunto alcohólico en la presidencia, es importante que en el medio un periodista cuestiones a la Presidencia de la República. Son pocos los periodistas que a la larga y con esfuerzo crean sus propios medios.

Hoy la tecnología y acceso a redes sociales mediante internet permite la libertad de expresión y el ejercicio propio del pensamiento. No solo se acotan las ideas y las reflexiones en la prensa, lo mismo sucede en cada una de las instituciones y empresas que conforman las relaciones humanas.

Hoy el descrédito y la denuncia están en los

titulares de la prensa y los medios, simplemente porque la amargura del periodismo (muerto de hambre) la expresa en cada línea que desarrolla.

Hoy el periodismo es la carne de cañón que se niega a doblegarse ante los dueños de medios pero con los ejemplos de Aristegui, Lidia Cacho, los mismos Ramón Alberto Garza, Marcos Shemaría, Marcos Arana, Jorge Zepeda Patterson han vivido cuando en un nuevo amanecer de sus profesiones se ven en la calle para emprender una nueva aventura que genera historia, su propia historia.

## Las grandes divisiones y envidias de los medios Trabajo dividido, fortalezas sin ejercer.

El hombre sabe que unido es fuerte, el fuerte sabe que la unión es un sindicato que impone condiciones, hay que ser fuertes pero no hay que dejar que otros sean mas fuertes... simpl, la deducción es el evitar que "el desplace", la retirada, o la conquista termine por doblegar un esfuerzo que siempre exige más... si por mantenerse que por llegar a nuevas metas.



Cuando las organizaciones suman esfuerzos, es evidente que la fortaleza y "toma de cuenta" son evidentes, cuando el ejercicio del respeto, la cordialidad y la tolerancia tiene como base el profesionalismo y la especialización, los individuos y sus empresas pasan a conformar

instituciones, pero cuando la división, la envidia por el éxito y el descrédito son la moneda de pago a quien trabaja con ahínco y esmero, la hiel y el sabor amargo de boca contamina a la postre con cáncer no solo el cerebro, sino el espíritu y el universo.

No hay que ir lejos para

expresar que sucede entre empresarios de la comunicación y comunicadores, entre dueños de medios y protagonistas de los mismos, entre quien coordina la chamba y el que realmente hace la chamba.

En México como en el mundo Televisa entendió que hace más con TV Azteca (Muestra lo es Iniciativa México) que conforma a un centenar de medios de comunicación menores.

Las asociaciones de editores de medios impresos lejos de ser un órgano colegiado que incida en plataformas de influencia mediática real por un mejor estado de derecho o una mejor

calidad de vida o una reflexión digna de ser tomada en cuenta por otros niveles y perversos esquemas de denigración gubernamental todo forma parte de lo mismo, especialmente cuando los periodistas de a pie, van no por la chuleta a los órganos de comunicación social sino por la supervivencia que les ha generado el pertenecer a empresas periodísticas.

Hoy ser reportero es una pasión, ser periodista, un eterno aprendizaje de supervivencia, ser empresario de medio es vivir en el error a costa de un pago corto y bajo de una información que cuesta mucho obtener y no tiene valor de venta.

El Anunciante.

Donde queda el patrocinador de toda la cadena alimenticia de los medios de comunicación.



Hoy el principal proveedor de recursos a para los medios son los gobiernos y los partidos políticos. La publicidad gubernamental jamás estuvo tan en boga, especialmente porque los recursos de pago son recursos del erario público.

Su tienes un medio, es imperativo estar justo, pegado, cerca, insertado en el presupuesto gubernamental.

Ahí donde la publicidad es evidente para ofrecer una imagen de buen gobierno y buen ejercicio de las finanzas públicas es la pauta a seguir. Pero resulta que en la vida real tampoco es así.

Grandes cadenas de medios se dedican todos los días a golpear a las instituciones del país, teniendo como respuesta más presupuesto para seguirles pegando. (increíble pero cierto).

“Pégame pero no me dejes”, “Mátame suavemente con tu desprecio y tu calumnia, pero no me dejes fuera de la portada”....“El que se mueve no sale en la foto”, y muchas otras máximas de medios están presentes en la supervivencia de las

empresas de la información a la comunidad.

En los esquemas de la publicidad comercial al mismo tiempo existe la corrupción entre quienes tienen los presupuestos para medios y los coordinadores comerciales de los medios, además del 15% sagrado de comisión, un porcentaje variable entre la pauta, el crédito y el tiempo de pago que se da entre los ejecutivos de medios, márketing y agentes comerciales comisionistas. “O sueltas o no hay pauta”.

Este ejercicio existe y permea en forma ascendente a Centrales de Medios, Cervecerías, Grandes Inmobiliarias, empresas de refresqueras, mueblerías, farmacias, laboratorios, empresas de entretenimiento, grandes cadenas comerciales de autoservicio, etc. Bienvenido al mundo de la publicidad

Publicidad Gubernamental y Comercial.

Zapopan Ciudad Digital

Programa de **Modernización**  
MÁS RÁPIDO MÁS CERCA MÁS EFICIENTE

Primera etapa

El Programa de Modernización "Zapopan Ciudad Digital", comprende la incorporación de tecnologías de información municipal y servir mejor a los zapopanenses. El programa incorpora una plataforma tecnológica que permita brindar servicios de gobierno electrónico, así como el desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles.

**e-ges**

Organización y Capital Humano

El programa avanza con la colaboración (Google Apps), la administración más eficiente. Incluye los servicios de correo electrónico, calendarios y la posibilidad de compartir documentos.

Esta nueva plataforma electrónica permite a los zapopanenses, como es el que todos los días, acceder a una página web de manera gratuita.

Adicionalmente, se implementará un sistema de atención al ciudadano del municipio, a través de sus directores de administración.

**e-comun**

Participación Ciudadana y Atención Ciudadana

**Shhh**  
ÚLTIMOS 3 DÍAS REBAJA  
14, 15 Y 16 DE ENERO  
HASTA 50% DE DESCUENTO MENSUAL SIN INTERÉS CON TARJETA PALADAR

**Línea Zapopan**

Atención telefónica Atención por Internet Atención presencial

Este nivel de acción dentro de Zapopan Ciudad Digital tiene como objetivo habilitar un esquema de colaboración y prestación de servicios orientados al desarrollo de una mejor comunidad zapopanense, incluyendo servicios de salud, educación y participación ciudadana.

Dentro del nivel de acción e-comunidad se integra el Sistema Integral de Atención Ciudadana "Línea Zapopan", a través del cual se estandarizará y eficientará la atención al público en tres canales: atención telefónica (072), atención presencial (Ventanilla Única, kioscos) y atención por Internet (www.zapopan.gob.mx)

En el mes de febrero Zapopan inaugurará sus primeros cinco Centros de Servicios Digitales (kioscos electrónicos) de un total de 16 que este año tendrá a disposición de los usuarios. Estos primeros equipos tecnológicos serán instalados, dos en la Unidad Administrativa Basílica, uno más en la Presidencia Municipal, otro en la Unidad Administrativa Las Águilas y otro en las instalaciones de la Cámara de Comercio de Guadalajara. Con la instalación de kioscos electrónicos se puede acceder a diversos trámites, como es el pago del impuesto predial, la adquisición de actas de nacimiento, matrimonio o del CURP, renovación de licencias de giro comerciales, pago de horas extra, así como el pago de multas.

GOBIERNO MUNICIPAL DE ZAPOPAN 2010 - 2012

ZAPOPAN UNIDO CIUDAD DIGITAL





**SE  
ACERCA**  
EL ESPÍRITU

A UN AÑO DE  
LA FIESTA  
DE AMÉRICA

14.OCT.2011

Guadalajara Panamericana

guadalajara 2011 <sup>MR</sup>

[www.guadalajara2011.org.mx](http://www.guadalajara2011.org.mx)





## ¿Qué es la publicidad sin el medio?, ¿Cómo vive el medio sin publicidad?

Matrimonio por conveniencia, esquemas de integración forzosa cuando de medios impresos y editoriales se trata. El contenido ya sea editorial, reportaje o publicidad descansa en una plataforma denominada medio.

Hoy el medio es como siempre necesario para que la publicidad llegue a consumidores. El detalle es que existe ahora una plataforma amplia de medios, porque los mercados y las audiencias son muchas. Hay que llegar a donde se pueda llamar la atención de un consumidor, la publicidad es el mecanismo que permite jalar la atención y este tiene que buscar incidir en el medio, impreso, electrónico, de calle o de interior (TV o radio) para entrar por la vista, oído o cualquier sentido a ese intrincado mundo del "Supuesto lector o mirón" ahora definido como usuario.

Hoy las grandes vanidades de los creativos deben de encontrar el punto medio y de concordia con el del periodista consumado donde ambos comparten espacios para diferentes ojos que están en las mismas manos de quien tiene un ejemplar o enlace virtual que el medio ofrece.

Hoy si existen los lectores, la prueba es de que nuestro medio cada vez crece más en su audiencia, solo que estamos operando en tiempo, espacio y forma los mensajes para el lector, la propuesta para el consumidor y el entretenimiento para nuestro apreciado ciudadano común y



Sin anuncios no hay ingresos, sin ingresos no hay recurso para operar el medio.

corriente que no paga por el ejemplar y que si gusta nos puede visualizar a todo color y el megapantalla en [www.iconogdl.com](http://www.iconogdl.com)

Hoy este proyecto nace porque escucha al patrocinador, evoca en su contenido la esencia del mensaje que quiere enviar a un mercado de lectores, prospecto de clientes o simplemente a la comunidad con la que convive todos los días.

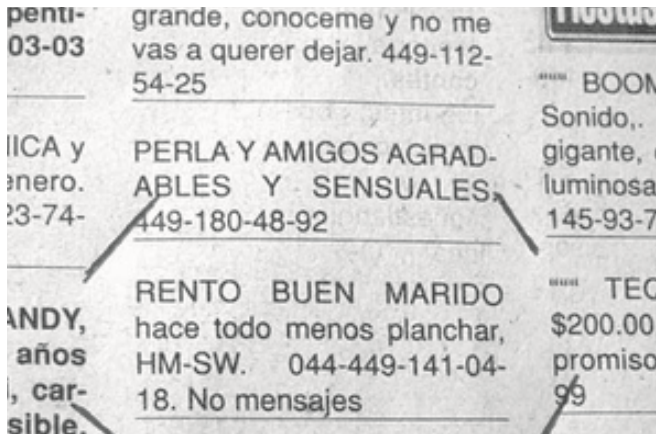
El medio se ciudadaniza,

el anuncio se conforma en una convocatoria amplia, que tiene su lugar y que no molesta o compite con el contenido, si ese contenido que es el REY pero que se soporta con un patrocinador que es el oro del rey.



## La diversificación de los Ingresos.

Cada medio de comunicación debe de operar varios mecanismos al mismo tiempo para generar los recursos que le permiten la operación y desarrollo que se exige hoy.



Rápido se aprende o rápido desapareces. En experiencias ya consolidadas de medios impresos se descubre que los ingresos por facturación de una empresa periodística son por varios factores. Obvio la mas importante es la de la venta de desplegado, le sigue los avisos de ocasión, suscripciones, encartes, publlireportajes entre otros.

bloqueo del medio con el anunciante).

Si nos dedicamos a consentir al CLIENTE, al anunciante, al suscriptor, a las centrales de medios, en equilibrios y esquemas de participación conjunta, los paquetes integrales de publicidad estarán siempre a favor de todos los participantes.



Los modelos de desarrollo se sustentan en los servicios que se ofrece al anunciante, al patrocinador y una de estas obedece a la plataforma que se da cuando se suma en venta de desplegados, encartes y suplementos una Agencia de Publicidad (hoy ya no considerada como una extensión del medio, al contrario un

Hay que recordar que uno de los principales motores de la venta de publicidad es la deducibilidad fiscal, lo que permite a quien no considera la promoción y difusión como un gasto sino como un apuesta a la apertura de nuevos mercados, la factura es clave en el esquema del patrocinador.

## ¿Que hacemos con Santa Carmen Aristegui?

Es evidente que santo que se ve, es santo que se adora, y si lo quitan del pedestal o del púlpito que le permite el medio, este santo es víctima y se con vierte en Santo.



política, de personajes y de periodismo, de ese que es agudo, muchas veces molesto y muchas otras veces intenso. El periodismo es como debe de ser, va con alma y cuerpo, va con gesto y cara, va con enjundia y directo.

hoy aquí comunicadores van mas por la exhibición propia de su cara que por el contenido de sus reportajes.

Los niveles de periodismo que se ejercen en México tienen su estilo, tienen su forma, tienen su propia personalidad, y como los hay payasos (brozo) los hay de pose (López Dóriga), o los puede haber de tangentes en evolución (Carlos Loret), los hay pausados como Jacobo, existen los señoriales como Lolita de la Vega, o pesados como los de Adela Micha, hay algunos muy ecuánimes como Lolila Ayala y los hay serios y profundos como Jorge Fernández o Sergio Sarmiento.

Hay de personajes de prosapia como es Ildelfonso Loza, como analistas muy experimentados como Marcos Arana, todos ellos en plataformas menores, de muchos megahertz pero pocas exhibiciones como las que ostentan los consagrados comunicadores de nuestros medios....

Todos ellos sujetos al manual de estilo de una empresa que les pide la cara, el trabajo, el alma, por un poco sueldo y muchísima inteligencia para que no sean la parte más delgada del hilo cuando alguien puede molestarse, en especial si de quien se habla, a quien se cuestiona es nada menos a la "Presidencia de la República"

He seguido desde hace muchos años la carrera de Aristegui, su sociedad con Javier Solórzano y la escuela de Pedro Ferriz de Con, su maestro en muchas experiencias de la perversidad animal

que puede ejercer un ser humano.

Carmen la chica de negro con fondo rojo, la que de pantalón y pelo corto que ofrece un sinfín de comentarios de la

Hoy desde Pepe Cárdenas hasta muchos de nuestros

# ¿Dónde está el espíritu Panamericano al que debemos invocar?

La sociedad o está confiada a que las cosas estarán en tiempo y forma para el 14 de Octubre o simplemente hay "Ley de hielo" a las acciones de gobierno, porque a menos de nueve meses del evento al parecer a nadie le importa.



La presidencia municipal de GDL pone botes de basura pero o sistemas de recolección de la misma.

No se ve una acción conjunta que permita el esfuerzo de Carlos Andrade Garín se consolide en esta justa deportiva, todo va en pos de inversiones que no se ven y que se pedirán prestadas a la Federación.

Los deportistas nacionales y de Jalisco (campeones del medallero) no se involucran en un torbellino político que apunta a un lodazal que lleva a Guadalajara con 469 años a una de sus peores experiencias si no se involucra la sociedad de verdad.

La sociedad somos todos, pero todos a nuestras escalas somos responsables del éxito del evento, la población de a pie, la del camión y la del sueldo mínimo puede ayudar limpiando el frente de su casa y pintando la banqueta (si tiene) con brocha, sudor y mano directas.

Pero también los grandes señores de la cúpula empresarial y los de las diferentes dirigencias de los gobiernos estatal y municipales tienen su responsabilidad y esa es más que moral, es obligada ya que viven y operan el presupuesto.

El evento completamente politizado por muchos personajes de la cúpula gubernamental, está siendo boicoteado por la misma cúpula, es imposible que los simples mortales de la calle tengan la mas mínima idea de cómo sabotear un proyecto que se construye con medallas de oro, con esfuerzo de muchas familias que han ganado todos los torneos y olimpiadas sin el apoyo del gobierno.

Hoy desde Alfonso Petersen, los mismos directivos de la COPAG, CONADE y cuando burócrata forma parte del inmenso gasto corriente de diario son responsables, aunque en verdad solo muestran incompetencia y ausencia de plan, ausencia de dirección, ausencia de actitud.

Guadalajara es Panamericana, pero ¿Lo son sus directivos?, ¿Lo es el Comercio organizado? ¿hay espíritu panamericano en Coparmex o en CANACO, lo hay en el Consejo Agropecuario? ¿Dónde está el espíritu Panamericano? que no se ve por ningún lado.

Guadalajara Siglo XXI





# Warner Channel TV de Latinoamérica por HBO Latin American Group

Es una señal que transmite programas de entretenimiento familiar dando prioridad a series de contenido cómico para el gusto juvenil y familiar. La mayoría de su contenido es producido por Warner Brothers.

Canal de TV de paga que pertenece a Time Warner, y fue creada en 1995. Time Warner (denominada AOL-Time Warner entre 2001 y 2003, tras la fusión entre América Online y Time Warner) es una empresa estadounidense creada el 10 de enero de 1989.

Es una compañía dedicada a la comunicación, con divisiones dedicadas a Internet, a la publicación, televisión y a las telecomunicaciones.

Su programación se basa en series norteamericanas, la mayoría están emitidas en su idioma original con subtítulos en español, también transmiten películas en su espacio llamado Warner Movies.

Para este 2011 Warner nos ofrece 4 nuevas series tituladas Better with You, Chase, Mike & Molly y Nikita; pero claro que las demás no se quedan atrás, también Warner tiene nuevas temporadas de Smallville, Supernatural 2011, Two and a half men, The Big Bang Theory, The Vampire Diaries y Fringe.

Otras series que nos ofrece Warner son Cold Case, Friends, The new Adventures of old Christine, ER y The Mentalist.

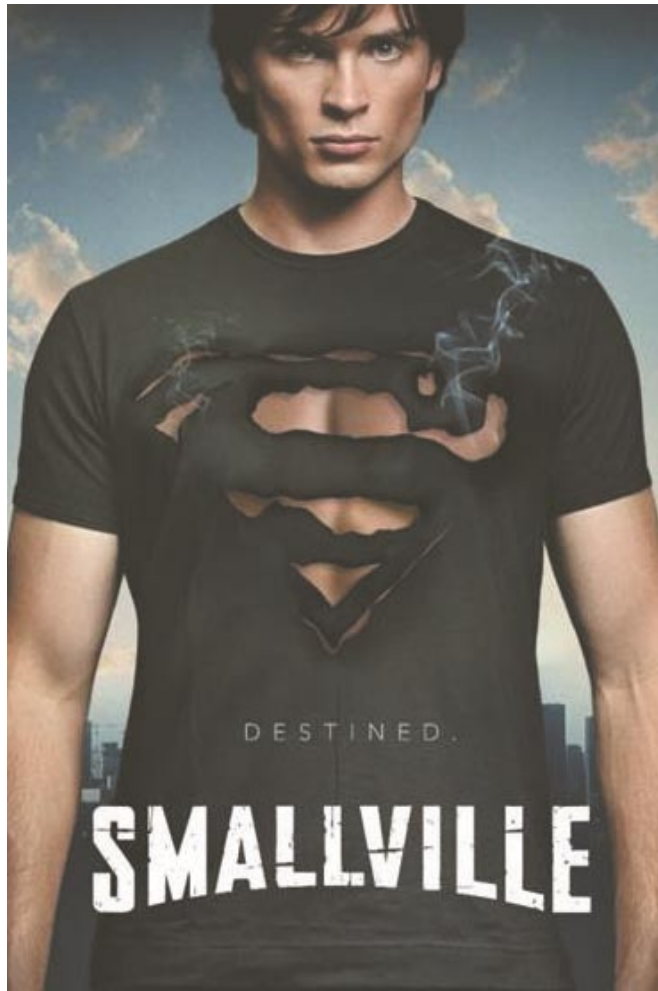


Nuevas series para la temporada de 2011.



## Smallville.

Clark Kent (Tom Welling) un agradable chico que creció en la granja de sus padres adoptivos, ahora es un gran periodista en Daily Planet en la ciudad de Metropolis.



En el mundo ficticio de Superman, Smallville—que en algunas versiones al español es traducido como Villachica y en otras conserva su nombre en inglés—es el pueblo en el que se estrelló la nave espacial que traía a Kal-El de Krypton y donde éste creció antes de mudarse a Metrópolis y convertirse en Superman.

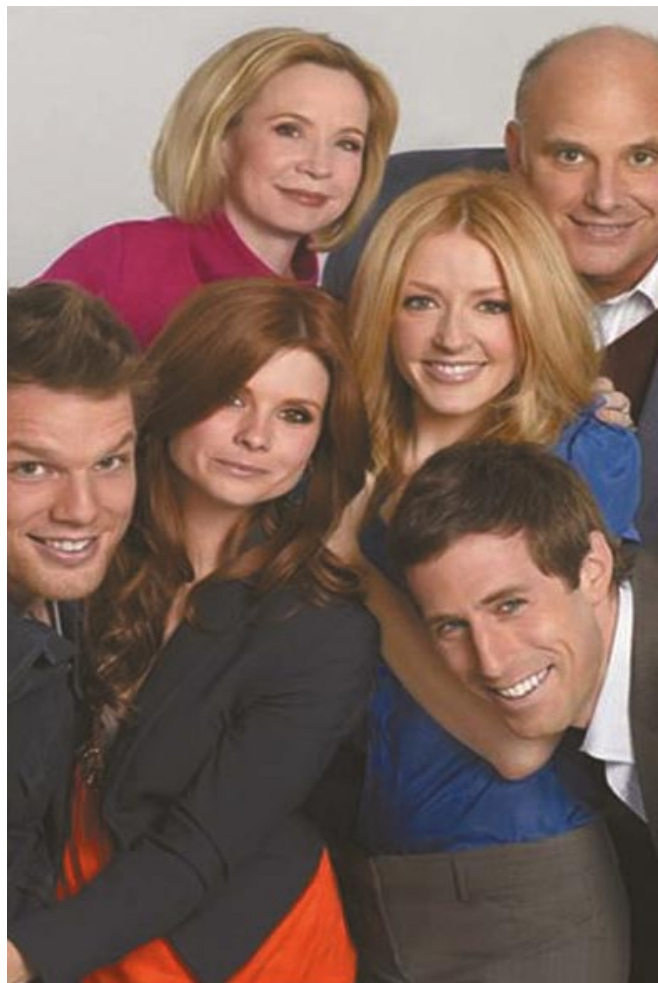
Se convirtió también en la localidad protegida por Superboy y donde desarrollaría la mayor parte de aventuras de su juventud. Se cita por primera vez en Superboy (1949).

En esta décima temporada se ha hablado acerca del momento en el que Clark alcanzará su destino y se convertirá en el superhéroe que todos conocemos (Superman). Y precisamente en esta

última temporada de Smallville será en la que finalmente lograremos ver la transición tan esperada. Según ambos productores ejecutivos de la serie, Kelly Saunders y Brian Peterson, esta décima temporada de Smallville cerrará con broche de oro, ya que no disminuirán costos y están determinados a traer a cuanto villano sea necesario para que Kal-El abrace su destino.

## Better with You.

Esta nueva serie es una comedia romántica que nos habla de lo diferentes que pueden llegar a ser las relaciones de pareja.



Se estreno el 22 de Septiembre del 2010. Esta comedia se enfoca principalmente en 3 parejas, Maddie (Jennifer Finnigan), tiene nueve años de feliz noviazgo con su príncipe Ben (Josh Cooke). Mientras que su hermana menor Mía (JoAnna Garcia) anunciara que está embarazada de su novio Casey (Jake Lacy) aunque solo tienen 7 semanas de haberse conocido y pronto se convertirá en su esposa.

Y la tercera pareja, Vicky (Debra Jo Rupp) y Joel (Kurt Fuller), los padres de Maddie que llevan 35 años de casados por ahora a ellos solo les importa ser felices y pasarla bien.

Better with you es una serie de televisión estadounidense comedia-romántica protagonizado por Joanna García y

Jennifer Finnigan. La serie gira en torno a tres relaciones diferentes que están estrechamente entrelazados en una sola familia.

La primera pareja, Maddie y Ben, han estado saliendo durante nueve años y son felices sólo con vivir juntos a pesar de no dar el siguiente paso, el matrimonio. La vida de Maddie toma un gran giro cuando su hermana menor, Mia, anuncia que esta embarazada y que esta a punto de casarse con Casey, un hombre al cual sólo conoce hace siete semanas. Para empeorar las cosas, Maddie se sorprende de que sus padres, quienes han estado casados por 35 años y tienen sus propios problemas, aprueban la unión, dejando a Maddie y Ben cuestionarse su propia relación.

## The New adventures of old Christine.

Esta serie es una comedia estadounidense protagonizada por Julia Louis-Dreyfus haciendo el papel de madre soltera recientemente divorciada.



The New Adventures of Old Christine (Las aventuras de Christine en España) es una comedia de situación estadounidense protagonizada por Julia Louis-Dreyfus en el papel de una madre soltera recientemente divorciada.

La serie se estrenó en la CBS el 13 de marzo de 2006 y se desarrolló hasta una quinta temporada. El 18 de mayo de 2010 la CBS anunció la cancelación de la serie.

Old Christine, como es comúnmente llamado, es una producción de Warner Bros. Y fue creada por el escritor Kari Lizer, quien también es el productor ejecutivo del show.

Actualmente nos encon-

tramos en la quinta temporada y Christine viajará a las Bahamas para solventar los problemas de inmigración de su mejor amiga Barb (Wanda Sykes). Richard (Clark Gregg) sin embargo, estará en el mismo lugar por razones totalmente distintas y es que él intenta recuperar el amor y la confianza de la nueva Christine (Emily Rutherford) que en un ataque de rabia lo ha dejado entendiéndose solo.

## The big bang Theory.

Esta serie es una comedia realizada desde el 2007.

Actualmente nos encontramos en su cuarta temporada donde siguen los personajes de Leonard (Johnny Galecki), Penny (Kelly Couco), Sheldon (Jim Parsons) Howard (Simon Helberg) y Rajesh (Kunal Nayyar).

La temporada comienza con el esperado regreso de Mayim Bialik como el posible interés romántico de Sheldon, Amy Fowler. Más adelante también veremos de vuelta a Laurie

Metcalf como la madre de Sheldon y además conoceremos al hermano "con estilo" del científico.

En esta cuarta temporada de la serie volveremos a disfrutar de la intensa batalla entre los científicos y el malvado Will Wheaton. Steve Wozniak, el co fundador de Apple.

Y mientras ocurre todo esto veremos cómo va evolucionando la relación entre Leonard y Penny.

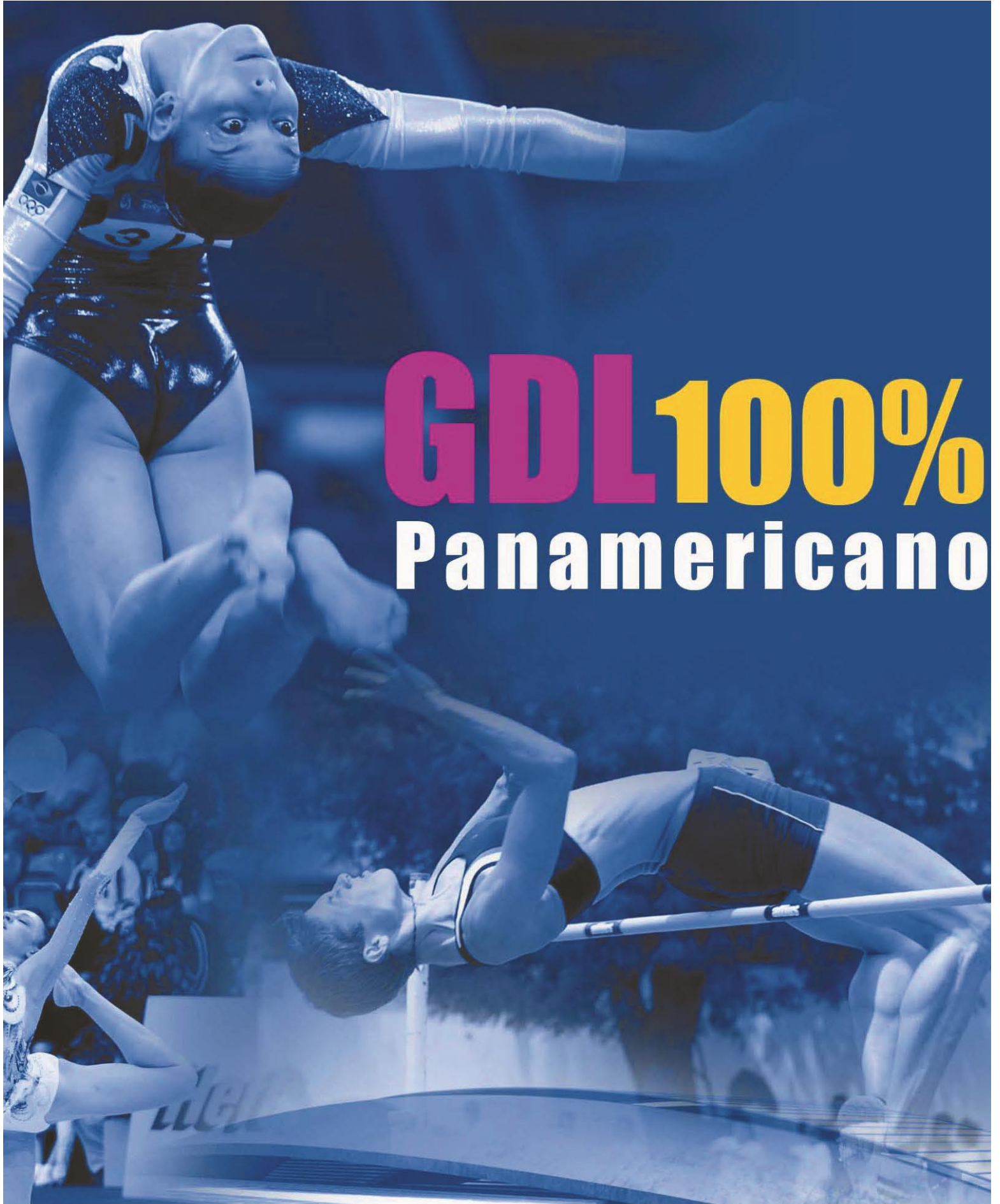


## Nikita.



Una nueva serie de Warner a llegado a la pantalla chica, desde pequeña Nikita (Maggie Q) fue una chica problemática, consumía drogas y sus amigos eran los maleantes de su colonia, así que las autoridades decidieron ponerle fin a esto y la joven fue condenada a muerte.

Guadalajara Panamericana



# GDL 100%

## Panamericano

