

LOS MEDIOS EN MEXICO
(Prensa, Radio, Televisión y Cine)
1968-2000

Enrique E. Sánchez Ruiz
Universidad de Guadalajara

INTRODUCCIÓN.

Este capítulo proporciona un muy apretado recuento sobre el desarrollo de los medios de difusión (televisión, prensa, radio y cine) en México, de 1968 a 2000. Dos ejes sirven de principal hilo conductor:

- 1) Con el desarrollo capitalista de la post Revolución, la expansión de unas *industrias culturales*,¹ íntimamente ligadas con el llamado proceso de globalización. Estas industrias mediáticas acompañan, incluso son causa, de un proceso de “modernización cultural”, en principio excluyente, pero crecientemente abarcante;
- 2) Industrias culturales que interactúan, de maneras múltiples y contradictorias, con el proceso de democratización del país, a veces propiciándolo, a veces obstaculizándolo por su carácter cada vez más claro de *industrias del entretenimiento*, además de concentrarse en unas pocas manos (lo que se traduce en pocas voces con capacidad de expresarse en el espacio público).

Daremos cuenta aquí de algunas tendencias principales en el desarrollo de los medios mexicanos:

En el periodismo escrito, veremos claramente el tránsito del predominio de una prensa gobiernista y acrítica, en gran medida incluso dependiente en lo económico del gobierno, a una relativamente más plural, independiente y crítica en la actualidad, pero que lee una proporción muy pequeña de la población. Con muy dignas excepciones, este

¹ Las industrias culturales se especializan en producir mercancías eminentemente simbólicas (que significan o producen sentido como principal función): incluyen a la industria editorial, la discográfica, la publicidad y otras, además de los ya citados medios de comunicación masiva. Éstos se deben pensar desde este punto de vista como procesos de *producción, distribución y consumo* de mercancías culturales (periódicos, películas, programas de televisión, programas radiofónicos).

proceso ha sido mucho más lento en la provincia mexicana. Observaremos también la emergencia y consolidación de la televisión como el medio hegemónico en el entretenimiento y la información del pueblo mexicano. A diferencia de Estados Unidos, de donde se supone que México adopta el modelo de organización, la televisión mexicana se desarrolla de una manera extremadamente concentrada, cuasi monopólica y centralizada, controlada casi en su totalidad desde la ciudad de México. Esto significa también su surgimiento como formidable recurso de poder, actor ligado a los regímenes del PRI, obstáculo enorme para el surgimiento de la democracia, que sin embargo hacia el fin del siglo cede ante el reclamo democrático de la población, al tiempo que se convierte en la principal arena donde se redefine el espacio público mexicano. Acompañante ambigua de la modernización política, hoy su carácter de industria cultural torna la política en espectáculo y escándalo, más que en deliberación racional sobre los diversos proyectos de país.

En el período que analizamos, la radio ocupa paulatinamente un lugar mayor en el espacio público mexicano, de la simple compañía musical, al informador cotidiano, en ocasiones incluso dando voz a la ciudadanía, sin embargo siempre en segundo plano, casi como comparsa, respecto de la televisión. En las desgracias urbanas, como el sismo del 85 en la capital, o las explosiones de 1992 en Guadalajara, la radio se descubre aliada del ciudadano común; papel que sin embargo se diluye en las vicisitudes del tránsito urbano en tiempos (más) normales. A pesar de su papel secundario, de cualquier forma complementario en relación con la televisión, la radio, que en el ámbito rural constituye un vehículo comunicativo horizontal entre las personas, surge en las grandes ciudades como un medio que permite una mayor interlocución de los ciudadanos con el poder. Finalmente, analizaremos cómo, de crisis en crisis, el cine mexicano duda en redefinir la “identidad mexicana” como contenido y auto representación de un México crecientemente urbano y “globalizado”. La industria cinematográfica casi desaparece (como industria) al final del Siglo XX, pero resurgen esfuerzos individuales, que requieren apoyo estatal para que el talento joven no emigre finalmente a Hollywood.

Al hablar de medios de difusión, lo hacemos sobre fenómenos y procesos que tienen que ver con la economía (los medios son empresas que se articulan con muchas otras empresas, en particular mediante la publicidad, con repercusiones más amplias en la

economía), con la cultura² y con la política.³ Aunque hay otras dimensiones importantes, como la evolución tecnológica, las tres anteriores configuran a los medios como actores centrales en el devenir socio histórico contemporáneo. Es imposible abarcar en un capítulo, así sea descriptivamente, todas las dimensiones que concretan a los medios, así que aquí vamos a privilegiar los aspectos políticos y culturales, desde una perspectiva histórico-estructural.⁴ No solamente son numerosas dimensiones, sino que en los últimos treinta o treinta y cinco años han sucedido muchísimos hechos en el ámbito de los medios de comunicación, de tal manera que aquí tendremos que ser muy esquemáticos y *selectivos*. Por razones de economía de espacio, nuestra exposición podrá parecer asistemática, pero presentaremos, para cada década, los aspectos que nos parezcan más sobresalientes sobre el tema de los medios en México. No será una relación exhaustiva sobre todo lo que sucedió sobre cada medio, porque nos llevaría varios tomos iguales a éste lograrlo. De antemano, acepto la crítica de usted, lector o lectora, que *desde algún punto de vista* me va a señalar que falta algo por consignar (algún desarrollo, proceso o acontecimiento tecnológico, económico, político, cultural o social, que tenga que ver con alguno o todos de los medios que aquí abordamos). Pero, otra vez, se trata aquí de resumir una historia que ha sido muy rica, con respecto a cuatro posibles objetos de estudio (cine, radio, prensa, televisión), que en cada caso tienen su propia complejidad e historicidad, aunque operen de forma articulada en las sociedades contemporáneas.⁵

Por otro lado, históricamente la concentración y el centralismo son características principales del sistema de medios en México, aunque lo son de manera más acentuada del medio hegemónico hacia el final del Siglo XX: la televisión.⁶ Por esta razón, a pesar de que

² La producción de sentido. No solamente en la “alta cultura”, sino con respecto a todo fenómeno de significación. Los medios son instituciones especializadas en producir sentido, significación, representaciones del mundo: en producir cultura en su acepción más amplia. Ver: Eco, Umberto (1978) *Tratado de Semiótica General*. México: Nueva Imagen/Lumen.

³ Sánchez Ruiz, Enrique E. (en prensa) *Medios de Comunicación, Poder y Democracia. Una Aproximación Histórico-Estructural*. Buenos Aires: Editorial Norma (Colección Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura).

⁴ Sánchez Ruiz, Enrique E. (1992) *Medios de Difusión y Sociedad. Notas Críticas y Metodológicas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

⁵ Ibid.

⁶ Sánchez Ruiz, Enrique (1987) *Centralización, Poder y Comunicación en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara (Cuadernos del CEIC, Num. 3); Sánchez Ruiz, Enrique Ernesto (en prensa) “El audiovisual mexicano: ¿Concentrar para competir?”,

esto se escribe *desde* la provincia, en una mirada tan a vuelo de pájaro no tendremos más remedio que reflejar tal centralismo en nuestro recuento.⁷ Afortunadamente, ya comenzaron hace no mucho tiempo a surgir las “historias matrias” de los medios en muchas de nuestras regiones, estados, ciudades, aunque todavía falta mucho para tener el verdadero panorama *nacional* completo.⁸

El siglo pasado tuvo, entre otras características muy particulares, el vertiginoso desarrollo global de los modernos medios masivos de difusión. Dos herencias decimonónicas, la prensa y el cine, fueron las simientes de una industria cultural que, a su vez, eventualmente sustituyó las formas tradicionales y locales de informarse, de entretenerse, e incluso de aprender en la vida cotidiana. Con el desarrollo de la radio primero, y luego de la televisión, se completa un paquete mediático que tendrá repercusiones no solamente culturales, sino también económicas y políticas de no poca trascendencia, hacia la segunda mitad del Siglo XX; no solamente en México, sino prácticamente en todo el mundo. La prensa decimonónica arriba a la nueva centuria cargada de connotaciones políticas, fuente importante del surgimiento de la “esfera pública burguesa”, base fundamental de la propagación (en algunos países, entre algunas clases sociales, entre los “ciudadanos”), de la democracia.⁹ Sin embargo, ya desde fines del XIX y principios del XX comienza una transición, particularmente en Estados Unidos e Inglaterra,

⁷ “Centralizado el fenómeno, no pudo dejar de serlo la mirada”, aclara Miguel Ángel Granados Chapa en un recuento periodístico similar: Granados Chapa, Miguel Ángel (2001) “Males y (re)medios”, en *Proceso*, Edición especial de aniversario, Núm. Especial 9, 25 Aniversario, Noviembre.

⁸ Ver por ejemplo: Aceves González, Fco. De J. (1987) *La televisión en Guadalajara. Génesis y Desarrollo*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara (Cuadernos del CEIC, Num.1); Carabaza, Julieta e Irene Ewald (1992) *Historia de los Medios de Comunicación en Coahuila*. Saltillo: Universidad Autónoma de Coahuila; Castañeda, Carmen (1999) *Imprenta, Impresores y Periódicos en Guadalajara, 1793-1811*. Guadalajara: Editorial Ágata/CIESAS/Museo del Periodismo y las Artes Gráficas; Del Palacio Montiel, Celia (1995) *La Gaceta de Guadalajara (1902-1914). De Taller Artesanal a Industria Editorial*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara; Fregoso Peralta, Gilberto y E. Sánchez Ruiz (1993) *Prensa y Poder en Guadalajara*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara; Gómez Vargas, Héctor (s/f) *Mirar a lo Lejos. Visiones sobre los Medios Audiovisuales en León*. León: UIA-León/Instituto Cultural de León; Huerta Sanmiguel, Roberto (1988) *De Mala Nota. Periodismo del Siglo XIX en Colima*. Colima: Universidad de Colima/FMB; Iglesias, Norma (1990) *Medios de Comunicación en la Frontera Norte*. México: FMB/Programa Cultural de las Fronteras; Uribe Alvarado, Ana B. (2001) *Los Medios de Comunicación en Colima. Apuntes para la Historia y la Cultura*. Colima: Universidad de Colima/Conaculta; Zapata Vázquez, Dinorah (1990) *Génesis y Desarrollo de la Radio y la Televisión en Nuevo León*. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.

⁹ Sánchez Ruiz, Enrique E. (en prensa) *Medios de Comunicación, Poder y Democracia. Una Aproximación Histórico-Estructural*. Buenos Aires: Editorial Norma (Colección Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura).

de la prensa netamente informativa, política e incluso partidista, a la de entretenimiento, “amarillista”, plena y llanamente de negocio.¹⁰ Esto forma parte de un proceso de transformación de la esfera pública, permeada—si no es que constituida—por los nuevos medios de comunicación.¹¹ Se dice que en México (en la capital) dio inicio el periodismo impreso comercial con *El Imparcial*, periódico porfirista de fines del XIX, mientras que por ejemplo en Guadalajara el periodismo “moderno” iniciaría a principios del Siglo XX, con *La Gaceta de Guadalajara*.¹² De hecho, desde el porfirismo iniciaría el modelo de periodismo subordinado al poder político, que durará alrededor de un siglo, antes de que comiencen a verse signos de su disolución, al final del Siglo XX.¹³ Si bien en líneas generales se generó una serie de arreglos estructurales y prácticas que significaron un gran control estatal sobre los medios, es importante dar cuenta de que éste no ha sido total, y que los medios, especialmente los más influyentes como la televisión, han tenido su propia “autonomía relativa”.¹⁴ En el plano informativo y noticioso, por ejemplo, la mayor parte del tiempo lo que ha ocurrido ha sido el funcionamiento cotidiano de una serie de relaciones y prácticas que han asegurado la autocensura de los propios medios, más que un control estatal directo, esto es, se ha generado y puesto en práctica una “cultura de la colusión”.¹⁵ Así, comenta Lorenzo Meyer: “En estos últimos 71 años, los medios de comunicación

¹⁰ Es conocida la anécdota de que se le empezó a llamar “amarilla” a la prensa comercial cuando la cadena de William Hearst publicó la caricatura del “*Yellow Kid*”. De Fleur, Melvin L. y Everette E. Dennis (1988) *Understanding Mass Communication*. Dallas: Houghton Mifflin Co.

¹¹ Trejo Delarbre, Raúl (2001) *Mediocracia sin Mediaciones. Prensa, Televisión y Elecciones*. México: Ediciones Cal y Arena; Aceves González, Francisco de Jesús (2002) “De la construcción de las agendas a la centralidad mediática del espacio público”, en Fco. De J. Aceves G. (ed.) *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC, IX*. México: CONEICC.

¹² Aguilar Plata, Blanca (1983) “1986: De *El Imparcial* a la Revolución”, en *Connotaciones*. México: Editorial El Caballito, Núm. 4; Del Palacio Montiel, Celia (1990) “*La Gaceta de Guadalajara*. Primer diario moderno de Occidente. Guadalajara: Universidad de Guadalajara. Tesis de Maestría en Sociología.

¹³ Carreño Carlón, José (s/f) “Cien años de subordinación. Un modelo de la relación entre prensa y poder en México en el Siglo XX”, en Foro Mexicano de Historia de los Medios, Fundación Manuel Buendía, A.C., en <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/foromex/modelo.html> (bajado el 15/07/2004); Hallin, Daniel C. (2000) “Media, political power, and Democratization in Mexico”, en J. Curran y Myung-Jin Park (eds.) *De-Westernizing Media Studies*. Londres: Routledge.

¹⁴ Mahan, Elizabeth (1983) “Who controls? Broadcast Industry-State interactions in Mexico”, en *The Mexican Forum*, Vol. 3, Núm. 3, Julio.

¹⁵ Ver los análisis de dos connotados periodistas, en dos momentos diferentes: Granados Chapa, Miguel Ángel (1981) *Examen de la Comunicación en México*. México: Ediciones El Caballito; Riva Palacio, Raymundo (1997) “A culture of collusion: The ties that bind the press and the PRI”, en Orme Jr., William (ed.) *A Culture of Collusion. An Inside Look at the Mexican Press*. Boulder: North-South Center Press.

pasaron a ser parte del régimen. En buena medida, la historia reciente de México ha sido la crónica del control de los medios informativos”.¹⁶

Aunque afortunadamente tanto en los países desarrollados como en México, sigue habiendo intentos para hacer periodismo serio, “objetivo”, por otro lado las tendencias hacia la espectacularización y a la con-fusión de la noticia con el escándalo son ahora el estilo predominante en todos los medios, impresos y electrónicos.¹⁷ De hecho, ya desde los años cuarenta Theodoro Adorno y Max Horkheimer, partiendo de un punto de vista hasta cierto punto “apocalíptico”, habían hecho una crítica a lo que apropiadamente llamaron la “industria cultural”.¹⁸ En nuestro país, el desarrollo histórico de los llamados medios masivos de comunicación siguió esencialmente los patrones de organización de Estados Unidos, regidos por principios comerciales, siendo la publicidad en algunos casos su principal fuente de sustento (por ejemplo, en radio y televisión), o en otros casos constituyéndose básicamente en mercaderías—o servicios—a consumirse, en principio, como cualquier otra mercancía por usuarios finales (revistas, periódicos, TV de paga, cine)¹⁹. La gran diferencia con cualesquier otras es que estas mercancías están elaboradas específicamente para significar, son bienes simbólicos, propuestas de sentido, mediaciones expresivas: tienen repercusiones en los imaginarios colectivos, en la definición tendencial de las identidades y alteridades socioculturales.²⁰ En este sentido, por ejemplo a diferencia de Europa, donde los medios electrónicos nacieron como entidades públicas, de servicio social y compromiso fuerte hacia lo educativo y cultural, en México lo prevaleciente fue el entretenimiento, la producción de ganancias y la apropiación privada de instituciones y

¹⁶ Godínez, Raúl (2000) “Lorenzo Meyer: La historia de México ha sido la crónica del control de los medios”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, año 13, Num. 66, Pág. 13.

¹⁷ Lozano Rendón, José Carlos (2003) “Espectacularización de la información en los noticieros televisivos mexicanos”. Ponencia presentada en el XI Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, San Juan de Puerto Rico, 5-8 de Octubre; Thompson, John B. (2001) *El Escándalo Político. Poder y Visibilidad en la Era de los Medios de Comunicación*. Barcelona: Paidós.

¹⁸ Adorno, Theodore y Max Horkheimer (1972) “The culture industry: Enlightenment as Mass Deception”, en *The Dialectics of Enlightenment*. Nueva York: Herder and Herder. Ver: Eco, Umberto (1965) *Apocalípticos e Integrados ante la Cultura de Masas*. Barcelona: Lumen.

¹⁹ Aunque en todos estos casos, puede haber ingresos tanto por la venta final como también por la publicidad.

²⁰ Por ejemplo, Benedict Anderson atribuye a la emergencia de la prensa comercial, de tirajes mayores, el haber contribuido a la generación de las naciones en tanto “comunidades imaginadas”, es decir, del nacionalismo. Ver: Anderson, Benedict (1991) *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Londres: Verso.

procesos que tienen repercusiones sociales extensas. Los medios y sus productos son, en y por sus consecuencias colectivas, bienes públicos. De ahí una contradicción principal en su operación histórica: aquella entre sus secuelas sociales amplias y la tendencia a su apropiación y control no sólo privados, sino altamente concentrados. Por ejemplo, en términos del propiciamiento de una política lo más cercana posible a la democracia participativa y deliberativa, fundamentada en la discusión informada, los altos grados de concentración y el comercialismo extremo en principio impiden la puesta en común del debate racional sobre ideas y temas o problemas (“issues”) de interés colectivo, de manera que la llamada opinión pública opera más en términos de la facultad de generar imágenes y estereotipos, a partir de eslóganes, que de la circulación de informaciones (“los hechos”) y argumentos.²¹

CENTRALISMO MEDIÁTICO EN MEXICO.

Dado el centralismo político en nuestro país, que se ha reflejado y proyectado sobre la economía, la cultura y la estructura social, el control mediático ha sido, también, altamente centralizado. Se pueden pensar los orígenes del centralismo mexicano desde el predominio azteca sobre mesoamérica, así como en el—no siempre exitoso—control colonial de la Nueva España sobre un amplio territorio americano, y el origen del presidencialismo a partir de la imagen del Tlatoani y del virrey.²² Un autor ha propuesto que en América Latina hay una “tradición centralista”, que él rastrea al período colonial y que, desde una visión no exenta de fatalismo histórico, explicaría las tendencias centralizadoras en la formación y evolución de los estados-nación latinoamericanos.²³ Podemos dejar a la historia (y, principalmente, a las fuerzas políticas y sociales latinoamericanas) decidir si estamos eternamente atados a tal “disposición” centralista. Sin embargo, podríamos proponer como hipótesis que esta “tradición centralista” de hecho sirvió como un contexto político y cultural para el desarrollo del capitalismo en México, que al afianzarse en el

²¹ Sánchez Ruiz, Enrique E. (en prensa) *Medios de Comunicación, Poder y Democracia. Una Aproximación Histórico-Estructural*. Buenos Aires: Editorial Norma (Colección Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura). Usamos en este párrafo la palabra “hechos” en el sentido anglosajón de “facts”, es decir, de datos, o informaciones empíricas.

²² Camp, Roderic ai (1995) *La política en México*. México: Siglo XXI Editores. Sobre el presidencialismo y los medios, ver: Martínez, Omar Raúl (2002) “Presidencialismo y comunicación en México. Breve repaso histórico”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, Año 14, Núm. 73.

²³ Véliz, Claudio (1984) *La tradición Centralista de América Latina*. Barcelona: Ariel.

Siglo XIX desde la restauración de la República, y en especial durante el porfiriato, y al continuarse después de la Revolución en un sistema centralizado—y centralizador—de poder, condensado en el presidencialismo, propició el surgimiento y desarrollo de una estructura básicamente centralizada de medios de difusión masiva. A su vez, el funcionamiento centralizado de los medios mexicanos, habría reforzado el centralismo (y los procesos de centralización más amplios) en los planos político, económico y cultural. Por esa razón, cuando hoy se habla de la necesidad de descentralizar la vida del país, la comunicación social incluida, esto parece una tarea histórica difícil y problemática, aunque no imposible.²⁴

Partiendo de la hipótesis anterior, proponemos la siguiente, más concreta, como un contexto interpretativo de la centralización de los medios de difusión en México: A pesar de que formalmente México era una república federativa, compuesta por entidades soberanas, lo que en realidad prevaleció en la posrevolución fue el centralismo.²⁵ Así, las cabezas del capital, tanto nacional como transnacional, tendieron a establecerse y desarrollarse *preferentemente* en la ciudad de México (aun cuando hay por ejemplo grandes empresas y aún grupos de empresas industriales, comerciales o de servicios en los estados, éstos acostumbra mantener una extensión vital en la capital). Dado el creciente tamaño del Distrito Federal como mercado y de su ubicación central como fuente de poder, los medios masivos de difusión más influyentes a nivel nacional, entonces, se han iniciado y desarrollado ahí. Igualmente los sectores con los que los medios se encadenan productivamente. En virtud de la concentración y centralización industrial y comercial, las principales agencias de publicidad, una mayoría de las cuales son filiales de firmas transnacionales, se fueron estableciendo a su vez, también, en la ciudad de México, el “gran mercado” desde muchos puntos de vista.²⁶ Estas agencias sirven a las grandes empresas industriales, comerciales y de servicios, como intermediarias con los medios de

²⁴ Sánchez Ruiz, Enrique (1987) *Centralización, Poder y Comunicación en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara (Cuadernos del CEIC, Num. 3).

²⁵ Cosío Villegas, Daniel (1974) *El Sistema Político Mexicano. Las Posibilidades del Cambio*. México: Cuadernos de Joaquín Mortiz; Camp, Roderic ai (1995) *La política en México*. México: Siglo XXI Editores.

²⁶ Desde luego que se podrán apuntar excepciones, que no harán sino confirmar la regla: por ejemplo, la agencia de publicidad norteamericana Grey Advertising se estableció simultáneamente en Monterrey y en la ciudad de México a principios de los años cuarenta.

comunicación, que les venden su tiempo o su espacio para vehicular su publicidad (misma que ellas conciben y desarrollan). En casos de metrópolis “semiperiféricas”,²⁷ como Guadalajara y Monterrey, las grandes agencias publicitarias han comenzado hace algunos años a establecer sucursales ahí, aunque ha sido lento el proceso. El caso usual ha sido el de que en este tipo de ciudades, agencias “medianas” (grandes para la localidad) controlen los mercados regionales, aunque algunas firmas publicitarias locales han tenido influencias más amplias. Por otra parte, las mayores agencias de noticias, nacionales y transnacionales, se han establecido en la misma gran urbe. Las compañías disqueras, hasta hace pocos años, se encontraban todas en la ciudad de México (recordemos que los discos son un insumo importante para la programación radiofónica). Por ejemplo, veamos una descripción de la industria discográfica en los años setenta:

La centralización de las instalaciones de producción de radio puede detectarse indirectamente examinando la estructura de la industria mexicana de los discos. Hay 52 compañías disqueras en el país, 90 por ciento de los cuales tienen sus estudios de producción en la ciudad capital. De las 15 principales compañías discográficas, que controlan el 80 por ciento del mercado total, nueve son mexicanas y seis transnacionales. Sin embargo, el 57 por ciento del mercado les pertenece a las cinco primeras, cuatro de las cuales son corporaciones multinacionales.²⁸

El mismo desarrollo tecnológico, como por ejemplo el surgimiento del *video tape* en los sesenta, las redes de microondas y últimamente los satélites, ha permitido que se produzca y emita poco en la “periferia” y mucho en el “centro”, especialmente en el caso de radio y televisión, aunque en principio esas mismas tecnologías pueden utilizarse para lo contrario. Por otro lado, obviamente el periodismo (tanto impreso, como radiofónico y televisivo) del interior de la República, ha tenido que “producir” sus propias noticias locales, aunque sin dejar de depender de las agencias nacionales y transnacionales de noticias para proveerse de la información más general. Todo esto ha propiciado que las grandes redes y cadenas periodísticas, radiofónicas y televisivas hayan establecido su centro en la ciudad de México. Así mismo, se han desarrollado en la megalópolis

²⁷ Adaptando el sentido de Wallerstein, I. (1979) “Semiperipheral countries and the contemporary world crisis”, en *The Capitalist World-Economy*. Cambridge: Cambridge University Press.

²⁸ De Noriega, Luis Antonio y Frances Leach (1979) *Broadcasting in Mexico*. Londres: Routledge and Kegan Paul, Pag. 39.

compañías de comercialización (i.e., venta de publicidad), intermediarias entre las agencias publicitarias “nacionales” y los medios de difusión de provincia.²⁹ Todos estos factores, entonces, han producido una estructura centralizada, en la cual un gran poder de decisión y control, a diversos niveles y en diferentes aspectos, se encuentra ubicado en la capital del país. Por otro lado y complementariamente, recordemos que en cada entidad de la República Mexicana suelen centralizarse el poder político, las actividades económicas y la cultura en las ciudades capitales, o en el mejor de los casos, en unas pocas ciudades principales, de tal manera que el centralismo se reproduce en el “interior” del país. No se trata entonces de un control monolítico y monopólico, sino de una “matriz de centralizaciones”.³⁰ Pero no deja de ser piramidal, con la cúspide en la capital de la república, aunque por supuesto ha habido presencia, presiones y luchas por parte de los empresarios mediáticos de provincia.³¹

El desarrollo de los medios masivos en México ha estado íntimamente articulado con el proceso de desarrollo económico de la nación. Este, a su vez, ha mostrado cambios y tendencias paralelas e interactuantes con el devenir político del país, dadas las características del Estado mexicano posrevolucionario: presidencialista, centralista, corporativizado e intervencionista en todas las esferas de la sociedad, desde Calles y especialmente desde Cárdenas.³² Se supone que los últimos regímenes priístas,³³ llamados “neoliberales”, particularmente el de Carlos Salinas de Gortari y el de Ernesto Zedillo, al haber ido “liberalizando” la economía y “reformando al Estado” (disminuyendo el tamaño y los campos de acción de las instancias gubernamentales), habrían estado modificando el corporativismo y el intervencionismo proverbiales de los gobiernos priístas posrevolucionarios. Sin embargo, la democracia, la descentralización y la desconcentración

²⁹ Estas agencias manejan las llamadas “cuentas nacionales”, que se refieren a productos que se distribuyen nacionalmente, como los refrescos, los cigarrillos o las marcas de automóviles (a diferencia de las compañías de ventas locales, que también se suelen anunciar localmente). En ocasiones, esta “publicidad nacional” puede constituir hasta el 80% de las ventas de un medio en provincia, lo cual establece una relación específica de dependencia con respecto a las agencias comercializadoras ubicadas en “el centro”.

³⁰ Sánchez Ruiz, Enrique (1987) *Centralización, Poder y Comunicación en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara (Cuadernos del CEIC, Num. 3).

³¹ Fernández Christlieb, Fátima (1991) *La Radio Mexicana. Centro y Regiones*. México: Juan Pablos Editor.

³² Córdova, Arnaldo (1974) *La Formación del Poder Político en México*. México: Era.

³³ Escribimos esto durante el mandato de Vicente Fox, primer presidente del PAN después de siete decenios de gobiernos del PRI.

del poder no parecen haber sido su prioridad, de tal manera que este nuevo estilo de gobernar fue llamado “liberalismo autoritario” por Lorenzo Meyer.³⁴ El centralismo, de cualquier forma, continúa apareciendo como un rasgo principal del sistema político mexicano.

Durante el período del presidente Lázaro Cárdenas, acorde con sus políticas nacionalistas y populistas, hubo ciertos intentos del gobierno para intervenir directamente en los medios de difusión, con objetivos aparentemente proteccionistas y democratizantes, pero también claramente en busca de un control central.³⁵ Al mismo tiempo, tal como ocurrió con la economía nacional, también con respecto al sector de medios durante la administración de Cárdenas se sentaron las bases para el desarrollo y fortalecimiento de un sector privado, que posteriormente encontraría todo el apoyo gubernamental durante los regímenes de la llamada “unidad nacional”, de Manuel Ávila Camacho y de Miguel Alemán Valdés.³⁶ La participación del Estado en los medios se redujo relativamente durante este período, tal como en otras esferas de la producción y de la vida social.³⁷ El proceso de internacionalización de la economía mexicana, que comienza a consolidarse con las estrategias del “desarrollo estabilizador” y con la segunda fase de “substitución de importaciones” (de bienes de consumo durable e intermedios, principalmente), significará un crecimiento sostenido de la economía mexicana, durante los sexenios de Adolfo Ruiz Cortínes, Adolfo López Mateos y Gustavo Díaz Ordaz, con un crecimiento paralelo del sector de los medios de difusión. Pero el crecimiento sostenido, el “milagro mexicano”, resultaría altamente concentrador del ingreso y provocaría una fuerte dependencia del exterior.³⁸ La concentración de la riqueza encuentra su paralelo—reflejo y consecuencia— en la concentración de la propiedad y el control de los medios de expresión pública, en especial los medios electrónicos. Durante el régimen de Gustavo Díaz Ordaz, cuando

³⁴ Meyer, Lorenzo (1995) *Liberalismo Autoritario. Las Contradicciones del Sistema Político Mexicano*. México: Océano.

³⁵ Mejía Barquera, Fernando (1989) *La Industria de la Radio y la Televisión y la Política del Estado Mexicano (1920-1960)*. México: Fundación Manuel Buendía.

³⁶ Hamilton, Nora (1982) *The Limits of State Autonomy. Post-Revolutionary Mexico*. Princeton: Princeton University Press.

³⁷ Arredondo Ramírez, Pablo y Enrique E. Sánchez Ruiz (1986) *Comunicación Social, Poder y Democracia en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

³⁸ Aguilar Camín, Héctor (1989) *Después del Milagro*. México: Cal y Arena.

comenzaron a observarse claramente los síntomas de “agotamiento” del modelo de industrialización, el propio Estado, al entrar en una crisis de legitimidad, comenzaría nuevamente a tratar de participar en el sector de medios, en particular en radio y televisión, lo que prepararía el terreno para algunos cambios que ocurrieron durante el sexenio de Luis Echeverría Álvarez.³⁹

“MODERNIZACIÓN”, EN PREPARACION PARA EL 68 (Para los Juegos Olímpicos, no para la matanza de Tlatelolco).

Durante los años sesenta, los medios electrónicos mexicanos recibieron un gran impulso gubernamental, especialmente cuando se acercaban los Juegos Olímpicos, de los que México sería sede en octubre de 1968. Así, desde 1963 dieron inicio algunas transmisiones televisivas a colores, ya con autorización oficial y no experimentales, por medio del sistema inventado por el pionero Guillermo González Camarena (concesionario del Canal 5), cuyas pruebas databan de un par de decenios antes. Mediante el sistema de microondas, que empezaba a expandirse, llegaban en directo las primeras emisiones internacionales, como el lanzamiento de la nave Mercury IX, o el funeral de John F. Kennedy.⁴⁰ El mundo comienza a “encogerse”, por medio de las comunicaciones, diría años después Anthony Giddens.⁴¹ En 1965, el gobierno decide crear la Red Federal de Microondas, que para 1970 cubriría al país de frontera a frontera. Igualmente, en 1966 México se asocia al consorcio multinacional de satélites INTELSAT, con lo que podría emitir señales de radio y televisión a todo el mundo, y para 1968 se concluye puntualmente la Red Nacional de Telecomunicaciones. La mayor parte de la infraestructura técnica para la eventual transmisión al resto del mundo de la Olimpiada fue proveída por el Estado.

Adelantándonos un poquito, citaremos la descripción que un ex trabajador de Telesistema Mexicano (vuelto historiador), hace del resultado de todo ese proceso de modernización tecnológica:

³⁹ Arredondo Ramírez, Pablo y Enrique E. Sánchez Ruiz (1986) *Comunicación Social, Poder y Democracia en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

⁴⁰ Sánchez Ruiz, Enrique E. (1991) “Hacia una cronología de la televisión mexicana”, en *Comunicación y Sociedad*, Núm. 10-11, septiembre 1990-abril 1991.

⁴¹ Giddens, Anthony (1999) *Un Mundo Desbocado. Los Efectos de la Globalización en Nuestras Vidas*. Madrid: Taurus.

El uso de las microondas, la televisión cromática y los satélites de comunicación, tuvieron su momento culminante con las transmisiones televisivas, desde México, de los XIX Juegos Olímpicos.

Estos tres importantes elementos sirvieron de base para hacer posible que el mundo entero recibiera las imágenes de tan trascendental evento.

México no sólo se enorgulleció de haber sido el país sede de las Olimpiadas sino también por la admirable labor que realizaron los técnicos mexicanos en materia de comunicaciones.⁴²

En seguida volveremos a los acontecimientos previos a tan “trascendental evento”. Recordemos que, desde 1955, los tres canales de televisión existentes en la capital de la República se habían unido en la empresa Telesistema Mexicano, argumentando que no había “suficiente mercado” para disputarlo en competencia.⁴³ Así, no solamente la TV capitalina, sino prácticamente la de todo el país, quedó monopolizada por Telesistema. Sin embargo, hacia 1968 el gobierno al parecer juzgó que ya era hora de propiciar un poco la competencia televisiva. Faltando solamente un mes para el inicio de los Juegos Olímpicos, se inauguraron dos nuevos canales televisivos en la capital del país, otorgados a concesionarios particulares: El Canal 13, otorgado al Sr. Francisco Aguirre, conocido radiodifusor, y el Canal 8, a Fomento de Televisión, que se convirtió en filial del Grupo Monterrey, al ser controlada por Televisión Independiente de México (TIM). Ambos canales se inauguraron “oficialmente” con la transmisión en vivo del IV Informe de Gobierno del presidente Gustavo Díaz Ordaz, el primero de septiembre de 1968. Por el norte del país, desde 1965 se había comenzado a desarrollar Telecadena Mexicana, del productor cinematográfico Manuel Barbachano Ponce (socio minoritario del Canal 8), que para fines de los sesenta poseía ya quince televisoras.⁴⁴ Quizás el gobierno de Gustavo Díaz Ordaz se estaba dando cuenta de la popularidad y la enorme influencia social que estaba ganando el monopolio televisivo, así que decidió autorizar la entrada de nuevos “jugadores”. Sin embargo, en el plano informativo, tanto radio como televisión aun no habían desarrollado sus propios sistemas de noticieros, sino que tenían programas

⁴² González y González, Fernando (1989) *Historia de la Televisión Mexicana, 1950-1985*. México: Edición del Autor.

⁴³ Sánchez Ruiz, Enrique E. (1983) *Capital Accumulation, The State and Television as Informal Education. Case Study of Mexico*. Stanford University, Disertación Doctoral.

⁴⁴ *Ibid.*.

noticiosos que manejaban informativamente algunos periódicos, por ejemplo, *Excélsior*, *El Universal*, o *Novedades*.

En lo que a la prensa se refiere, los años sesenta fueron de relativa calma, pues se encontraba en su plenitud la “cultura de la colusión”, es decir, el modus vivendi de mutua complacencia y apoyo entre el gobierno y los periódicos.⁴⁵ En todo caso, algunas novedades que ocurrieron contribuyeron un poco a ampliar el espectro ideológico de los medios impresos. Así, José Carreño Carlón comenta que no había prensa para “el pensamiento y las corrientes populares liberales y de izquierda”, lo que en parte se cubrió con la aparición en 1960 de la revista *Política*, en cuyos primeros números escribían Carlos Fuentes, Víctor Flores Olea, Enrique González Pedrero, entre otros. Sin embargo, cerró en 1967. Los años sesenta fueron los del comienzo de uno de los esfuerzos de periodismo cultural más interesantes, bajo el liderazgo de Fernando Benítez, en el suplemento “La Cultura en México” de la revista *Siempre* (que para los setenta pasó a la coordinación de Carlos Monsiváis). En 1962, se funda otro periódico de “izquierda”, *El Día* de Enrique Ramírez y Ramírez, “... para concurrir a un mercado hasta entonces asfixiantemente dominado por las visiones de la derecha interna e internacional”.⁴⁶ En 1968 Mario Menéndez fundó otra revista de inclinación hacia la izquierda: *¿Por Qué?*, la cual sufrió acosos gubernamentales y agresiones hasta los años ochenta. Por la banda derecha, el Coronel García Valseca hacía crecer su cadena y en 1965 estableció sus diarios capitalinos, *El Sol de México* del mediodía, primero, y luego su homónimo matutino. Sólo 15 días después, abrió *El Herald de México*.⁴⁷

Otro hecho importante con respecto a la prensa escrita, fue el cambio de dirección del periódico *Excélsior*, segundo en antigüedad de los periódicos capitalinos contemporáneos (el *Universal* se fundó en 1916, el *Excélsior* en 1917). Éste había destacado desde su nacimiento, siempre en competencia principal con *El Universal*; ambos caracterizados más bien por su conservadurismo político. En 1963, falleció Rodrigo de

⁴⁵ Riva Palacio, Raymundo (1997) “A culture of collusion: The ties that bind the press and the PRI”, en Orme Jr., William (ed.) *A Culture of Collusion. An Inside Look at the Mexican Press*. Boulder: North-South Center Press.

⁴⁶ *Ibid*, Pág. 6.

⁴⁷ *Ibid*.

Llano, quien había dirigido *Excélsior* desde 1932, y lo sustituyó Manuel Becerra Acosta, quien a su vez murió en 1968. El 31 de agosto de 1968 inició la gestión de Julio Scherer García.⁴⁸ El llamado “periódico de la vida nacional”, se convirtió en los años siguientes en una tribuna plural (recuerdo las plumas de Daniel Cosío Villegas, Gastón García Cantú, Ricardo Garibay, Jorge Ibarguengoitia, Rodolfo Stavenhagen, Pablo Latapí Sarre, entre otros), además de un periodismo informativo crítico e investigativo, que lo hicieron merecedor de la clasificación de uno de los mejores del mundo. Hay ensayos de desmitificar tanto a Scherer como a *Excélsior*,⁴⁹ pero a pesar de que efectivamente, se ha generado toda una mitología alrededor de ambos, personalmente creo que Julio Scherer, sin ser un santo o un “héroe nacional”, ha propiciado un tipo de periodismo que el país ha necesitado, desde esos años. Y el diario, de hecho, fue por lo menos el mejor de México durante los años en que lo dirigió Scherer. Recordaremos lo que aconteció a sólo uno o dos meses de que Julio Scherer asumió la conducción de *Excélsior*.

EL DOS DE OCTUBRE EN LOS MEDIOS.

Los sucesos que llevaron a la matanza de Tlatelolco el 2 de Octubre de 1968 y sus secuelas son analizados en otro lugar de este libro. Aquí recordaremos brevemente cómo los medios mexicanos, en particular los capitalinos, se encargaron de minimizar, casi negar, la masacre, sus orígenes y sus secuelas. Raúl Trejo sintetiza de esta manera el papel de los medios frente al movimiento estudiantil y a las reacciones del gobierno de Gustavo Díaz Ordaz:

Ante el endurecimiento del gobierno que llevó al asesinato de Tlatelolco, la radio y la televisión no manifestaron opiniones distintas de las oficiales. No es exagerado asegurar que fueron, incluso, serviles comparsas de las posiciones gubernamentales. Ni qué decir de la enorme mayoría de la prensa escrita. Los periodistas que en ese tiempo tuvieron valor y tribuna para disentir de la conducta del gobierno, fueron tan escasos que los nombres de cada uno de ellos pueden ser recordados con facilidad y todos, solamente en sitios de prensa escrita. José Alvarado, Fernando Benítez, Francisco Martínez de la Vega, entre esos pocos.⁵⁰

⁴⁸ Ibidem.

⁴⁹ Levario Turcott, Marco (2001) “Un mito llamado *Excélsior*”, en *Etcétera*, Núm. 9, Julio; Trejo Delarbre, Raúl (2001) *Mediocracia sin Mediaciones. Prensa, Televisión y Elecciones*. México: Ediciones Cal y Arena.

⁵⁰ Trejo Delarbre, Raúl (1998) “Los medios antes y después del 68”, texto leído en una mesa redonda sobre la cultura mexicana en 1968, organizada por el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. Bajado de: <http://raultrejo.tripod.com/ensayosmedios/Mediosy68.htm>, el 30/07/2004, Pág. 1.

En la cobertura del desarrollo del movimiento, hubo un par de excepciones televisivas, que recuerda Carlos Monsiváis:

En 1968, la televisión privada se niega a difundir las posiciones del Movimiento. Se prodigan las calumnias y las llamadas al linchamiento moral, los noticieros delatan la insignificancia numérica de las marchas. Las excepciones se localizan con rapidez: el noticiario *Excélsior*, que cubre adecuadamente las movilizaciones, y un programa especial conducido por Jorge Saldaña, más bien tibio de acuerdo con los estándares de hoy y estrepitoso en 1968, sobre todo por las intervenciones de Heberto Castillo, Ifigenia Martínez y Víctor Flores Olea, que defienden a los estudiantes, que no son delincuentes y están dispuestos al diálogo.⁵¹

Por su parte, Elena Poniatowska rememora:

Una minoría de editorialistas defiende a los estudiantes y sus artículos pueden contarse con los dedos de la mano. El más bello: el de José Alvarado, publicado el 10 de octubre; el más impactante: el de Abel Quezada: un cuadro negro en señal de luto: “¿Por qué?”, pregunta en el título el caricaturista en el *Excélsior* de Scherer.

De todos los diarios, el más apegado a la verdad es *La Prensa* en su reportaje del 3 de octubre. Los demás periódicos hablan de agitadores al servicio de Moscú o de la CIA, y airados se parapetan tras del régimen que les paga por defenderlo. La revista *¿Por qué?*, aunque amarillista, sensacionalista, informa y consigna. Lo demás, como diría Sor Juana, es engaño colorido.⁵²

Aunque en algunos casos se trató de la acostumbrada actitud pasiva y complaciente con el gobierno por parte de los medios, debemos recordar que en esta ocasión el clima político fue de persecución y de amedrentamiento directo. Hay testimonios de quienes presenciaron “cómo desde la noche misma del 2 de octubre, agentes judiciales intervinieron las redacciones, censuraron artículos y decomisaron material fílmico. Ni antes ni después de esa época, al menos de manera tan ominosa y extendida, el gobierno mexicano ejerció la censura previa”.⁵³ Complementa la descripción Monsiváis: “El 3 de octubre de 1968 el gobierno aclara su verdadero principio de autoridad: la garantía de la conducta impune. La

⁵¹ Monsiváis, Carlos (1999) “El 68: Las ceremonias del agravio y la memoria”, en Scherer García Julio y Carlos Monsiváis: *Parte de Guerra. Tlatelolco 1968*. México: Aguilar.

⁵² Poniatowska, Elena (2002) “La prensa en tiempos de Díaz Ordaz”, en *La Jornada Digital*, Domingo 3 de marzo (<http://www.jornada.unam.mx/2002/mar02/020303/>, bajado el 08/08/2004). La propia Poniatowska reproduce los encabezados de “los principales diarios de la capital” un día después de la masacre en: Poniatowska, Elena (1971) *La Noche de Tlatelolco*. México: ERA.

⁵³ Trejo Delarbre, Raúl (1998) “Los medios antes y después del 68”, op. Cit., Pág. 2.

censura avasalla a los medios informativos: hay intimidaciones, sobornos y amenazas;...”.⁵⁴

Julio Scherer recuerda que: “Aquella noche, en un telefonema urgente me había advertido el secretario de Gobernación que en Tlatelolco caían sobre todo soldados y a punto de colgar el teléfono había dejado al aire la frase amenazadora: ‘¿Queda claro, no?’”.⁵⁵ De hecho, a pesar de que hay un cierto consenso sobre que la cobertura de *Excélsior* habría sido una de las menos oficialistas o censuradas, Julio Scherer admitió que había tenido que ceder ante las presiones del álgido momento:

Excélsior había informado con honradez y veracidad acerca de los sucesos de Tlatelolco. Eso era cierto, pero no me engañaba. Habíamos escamoteado a los lectores capítulos enteros de la historia de esos días. Poco sabíamos de la vida pública de los presos políticos, menos aún de su intimidad, y habíamos evitado las entrevistas con ellos. Habíamos permanecido en la calle, presos nosotros frente a su cárcel. Sabía bien que en nuestras manos había estado la decisión de cumplir o no con ese trabajo, pero también sabía que el Presidente no había propiciado el mejor clima para el desarrollo de una información irrestricta.⁵⁶

Scherer mismo reconoció que le censuró un artículo a don Alejandro Gómez Arias, quien entonces dejó de colaborar en *Excélsior*.⁵⁷ Pero, de nuevo, para no caer en una visión maniquea, el Suplemento “Masiosare” de *La Jornada* comenta que “las únicas imágenes de la matanza de Tlatelolco que se transmitieron en televisión ese 2 de octubre, fueron las del *Noticiero de Excélsior*”, que se transmitía por el Canal 2 de Telesistema Mexicano.⁵⁸ Y “Masiosare” a su vez recoge el testimonio de Monsiváis:

Carlos Monsiváis recuerda la transmisión esa noche. “Eran secuencias filmadas desde el tercer piso del edificio Chihuahua. La cámara estaba a ras del suelo y se veía a los líderes de Consejo Nacional de Huelga tirados. El sonido ambiente eran los disparos interminables, una lluvia de muerte terrible”.⁵⁹

⁵⁴ Monsiváis, Carlos (1999) “El 68: Las ceremonias del agravio y la memoria”, op. cit., Pág. 239.

⁵⁵ Scherer García, Julio (1986) *Los Presidentes*. México: Grijalbo, Pág. 12.

⁵⁶ Citado por Levario Turcott, Marco (2001) “Un mito llamado *Excélsior*”, en *Etcétera*, Núm. 9, Julio 2001 (versión electrónica <http://www.wtcetera.com.mx/pag38ne9.asp>, bajado el 29/07/2004).

⁵⁷ Ibid.

⁵⁸ Ramírez Cuevas, Jesús (2002) “Televisa y el 68. La televisión le debe una autocrítica a México”, en “Masiosare”, Núm. 252, Suplemento de *La Jornada*, 20 de octubre, Pág. 3. (<http://www.jornada.unam.mx/2002/oct02/021020/mas-ramirez.html>, bajado el 06/08/2004).

⁵⁹ Ibid. Pág. 4.

Desde luego, que el noticiario de *Excelsior* fue suspendido y Telesistema Mexicano comenzó los preparativos para lanzar al poco tiempo su propio programa noticioso principal: *24 Horas*, con Jacobo Sabludowsky.⁶⁰ La escritora Elena Poniatowska termina un artículo periodístico sobre “la prensa en tiempos de Díaz Ordaz”, así:

Tanta inserción pagada, tanta orden de aprehensión, no sólo no lograron su objetivo sino que al final de cuentas se volvieron en su contra. A partir del 68 se gesta una nueva prensa, así como empieza a moverse esa sociedad dormida que fue a desparezarse en las grandes manifestaciones, en las marchas al Zócalo; una nueva sociedad, la sociedad civil, que quiere expresar su irritación, su inconformidad, y encender, veladora en mano, una luz por cada muchacho asesinado el 2 de octubre de 1968, la vanguardia política, social y cultural de su país: México.⁶¹

Finalmente, el 12 de octubre se inauguró el “trascendente evento” del que hablábamos antes: “Por toda la ciudad, grupos de jóvenes tocan cláxones y se entregan a la práctica exorcista de repetir el nombre del país: ‘¡¡MÉ-XI-CO!! ¡¡MÉ-XI-CO!! ¡¡MÉ-XI-CO!!’”.⁶² De hecho, ni la sociedad mexicana, ni los medios cambiaron de inmediato, pero sí se puede decir que el 68 fue el comienzo de un proceso de transformación que, si bien aun no se logra totalmente, ya se empieza a notar, en la democratización del país.

Gustavo Díaz Ordaz ya se había dado cuenta de la importancia de los medios para el control político, especialmente en tiempos de excepción, como el período que acabamos de describir. Así, a fines de 1968 el gobierno federal propuso un nuevo impuesto que parecía estar dirigido a tomar el control de la radio y televisión. El 30 de diciembre aprueba el Congreso un impuesto del 25% al “importe total de los pagos por los servicios prestados por empresas que funcionen al amparo de concesiones federales para el uso de bienes del dominio directo de la nación cuando la actividad del concesionario esté declarada expresamente de interés público por la ley”.⁶³ Una alternativa al pago de este impuesto, que afecta—sin nombrarlos—a los concesionarios de radio y televisión, es poner 49% de sus acciones en fideicomiso en una institución nacional de crédito. Hay, entonces, la

⁶⁰ Ibid.

⁶¹ Poniatowska, Elena (2002) “La prensa en tiempos de Díaz Ordaz”, en *La Jornada Digital*, Domingo 3 de marzo (<http://www.jornada.unam.mx/2002/mar02/020303/>, bajado el 08/08/2004), Pág. 4.

⁶² Monsiváis, Carlos (1999) “El 68: Las ceremonias del agravio y la memoria”, op. cit., Pág. 242.

⁶³ Sánchez Ruiz, Enrique E. (1991) “Hacia una cronología de la televisión mexicana”, en *Comunicación y Sociedad*, Núm. 10-11, septiembre 1990-abril 1991, Pág. 247.

posibilidad de que el gobierno se quede con tal 49%. Los empresarios desde luego consideran estas medidas lesivas para sus intereses y reaccionan con una campaña fuerte de presión y cabildeo, que culminó el primero de julio de 1969 con un decreto de Gustavo Díaz Ordaz, el cual autorizaba que las empresas de radio y televisión, como alternativa al pago del impuesto mencionado, pusieran a disposición del Estado el 12.5% de su tiempo diario de transmisión, para lo usara de acuerdo con sus propios fines.⁶⁴ A pesar de que no hay evidencias “duras”, es claro que se trató de un intento, fallido en este caso, por tomar el control directo de los medios electrónicos. Paradójicamente, cuando en 2002 el presidente Vicente Fox, mediante un decreto (el llamado “decretazo”) anuló el impuesto, el presidente de la Cámara Nacional de Radio y Televisión—y también directivo de Televisa—, Bernardo Gómez, declaró que tal gravamen se los había impuesto Díaz Ordaz “como castigo” por “haber dado voz e imagen a los opositores del gobierno” en 1968.⁶⁵

Finalmente, hacia el final del sexenio diazordacista, un decreto presidencial del 6 de agosto crea la Red Federal de Estaciones de Televisión, asignándole 37 frecuencias en diversas entidades del país. No entra en funcionamiento esta red que, sin embargo, prepara el terreno para una próxima participación directa del gobierno en la televisión.

LOS SETENTA. EL INTERVENCIONISMO MEDIÁTICO DE LUIS ECHEVERRÍA.

Todavía como Secretario de Gobernación, Luis Echeverría Álvarez manifestó ante los concesionarios de radio y televisión su preocupación por la gran penetración e influencia de estos medios, en particular la TV, y especialmente entre niños y jóvenes. En la inauguración de los trabajos de la X Semana Nacional de la Radiodifusión, preguntaba Echeverría:

⁶⁴ Ibid.

⁶⁵ Ramírez Cuevas, Jesús (2002) “Televisa y el 68. La televisión le debe una autocrítica a México”, en “Masiosare”, Núm. 252, Suplemento de *La Jornada*, 20 de octubre, Pág. 1. (<http://www.jornada.unam.mx/2002/oct02/021020/mas-ramirez.html>, bajado el 06/08/2004). Ver también Trejo Delarbre, Raúl (2002) “Desmemoriados radiodifusores”, Columna “Sociedad y Poder” publicada el 10 de octubre de 2002 (<http://raultrejo.tripod.com/Sociedadypodertextos2002/Radiodifusoresdememoriadosoctubre10.htm> bajada el 08/08/2004).

¿No podremos en México, si nos unimos todos empezando por quienes directamente son concesionarios de los medios de difusión y los manejan; representantes de todos los medios sociales, psicólogos y sociólogos; padres y madres de familia, y el propio Estado como un elemento de coordinación, *encontrar una fórmula* equilibrada que permita salvaguardar los intereses del auditorio, en especial los de las nuevas generaciones y simultáneamente, pero en su debida jerarquía, los de tipo privado?⁶⁶

Una muestra de la importancia que le otorgaba Echeverría a los medios fue que de inmediato, al iniciar sus labores el nuevo gobierno, instituyó dos nuevas subsecretarías encargadas “del manejo de los instrumentos de información pública, y cuya creación dio cuenta del rango político que se deseaba conferir a la política gubernamental de comunicación”.⁶⁷ Además, nombró a su hermano Rodolfo Echeverría director del Banco Nacional Cinematográfico, la entidad principal que financiaba el cine en el país y desde donde sería el artífice de una virtual estatización de la actividad cinematográfica. Después del episodio represivo y la fama autoritaria bien ganada del régimen anterior, Echeverría intentó dar la imagen—desde su campaña—de cambios substanciales, mediante lo que él mismo denominó política de “apertura democrática”.⁶⁸ Pero tal “apertura” resultó un artificio retórico, para esconder un autoritarismo igual al anterior.⁶⁹ Pero no necesariamente todo lo que se hizo durante el Echeverrismo fue negativo. Hay quienes piensan que al cine mexicano no le fue tan mal.

Como es sabido, durante el sexenio de Luis Echeverría Álvarez (1970-1976) la cinematografía mexicana fue casi totalmente estatizada:

Con esta estatización—mayoritaria, no total, y forzada en buena medida—culminó en 1976 una época excepcional del cine mexicano. Nunca antes habían accedido tantos y tan bien preparados directores a la industria cinematográfica

⁶⁶ Citado por Cremoux, Raúl (1974) *¿Televisión o Prisión Electrónica?* México: Fondo de Cultura Económica (Cursivas añadidas). En 1972, cuando los empresarios de Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México, negociaron con Echeverría y miembros de su gabinete su fusión en lo que sería Televisa, el argumento utilizado fue el de una “nueva fórmula mexicana de televisión”. Es decir, respondían al llamado de Echeverría. Ver: Sánchez Ruiz, Enrique E. (1983) *Capital Accumulation, The State and Television as Informal Education. Case Study of Mexico*. Stanford University, Disertación Doctoral.

⁶⁷ Granados Chapa, Miguel Angel (1981) “1970-1976, un sexenio de comunicación”, en *Connotaciones*, Núm. 1. México: Ediciones El Caballito/Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.

⁶⁸ Cosío Villegas, Daniel (1974) *El Sistema Político Mexicano. Las Posibilidades del Cambio*. México: Cuadernos de Joaquín Mortiz

⁶⁹ Ibid. Ver también: Granados Chapa, Miguel Angel (2004) “Echeverría y Pinochet”, en *Mural*, 25 de julio (<http://www.mural.com/editoriales/nacional/401596/>, bajada el 06/08/2004).

ni se había disfrutado de mayor libertad en la realización de un cine de ideas avanzadas. A pesar de que una muy actuante censura previa impidió muchas veces el abordamiento crítico de temas políticos y sociales de actualidad, y a pesar de que el cine se hizo eco de una retórica tercermundista y demagógica, los nuevos cineastas resultaron capaces por cultura y por oficio de reflejar algo de la complejidad de lo real.⁷⁰

El operador principal de este proceso fue el actor Rodolfo Landa, hermano de Echeverría, quien fue instalado como director del Banco Nacional Cinematográfico poco antes de que éste tomara posesión. Rodolfo Echeverría puso fin a ciertas “prácticas viciosas” de los productores tradicionales viejos, “negando más créditos sin garantías solventes”.⁷¹ Continúa Viñas:

Muy pocos productores aceptaron arriesgar sus capitales y el Estado, a través de Rodolfo Echeverría, decidió producir cine directamente. La cinematografía mexicana se estatizó formalmente, pues ya lo era de hecho, cuando menos en su rama de producción.

Para sustituir a la mayoría de realizadores, que eran los propios productores, sus descendientes o sus incondicionales, Rodolfo Echeverría llamó a la generación de cineastas universitarios y a la procedente de los concursos.

Con esta alternativa Rodolfo Echeverría logró romper la inercia *churrera* de los viejos productores...⁷²

El Estado se encargó durante ese período, del financiamiento, de la producción, de la distribución y de la exhibición, de la preservación y de la enseñanza. El gobierno había adquirido en 1960 la Compañía Operadora de Teatros (COTSA), para romper el llamado “monopolio Jenkins”; se incluiría además a los Estudios Churubusco, que se convirtieron en productores en 1972 y 1973 (y los estudios Azteca también); se establecieron las empresas de producción Corporación Nacional Cinematográfica (Conacine) y las “versiones paralelas” de Corporación Nacional Cinematográfica y de los Trabajadores (Conacite I y II). El Estado también contó con las distribuidoras Películas Nacionales (PelNal) para el territorio nacional, y Películas Mexicanas (PelMex) para el extranjero. En 1972 se reinstuyó la Academia de Ciencias y Artes Cinematográficas y por consiguiente la entrega de los Arieles; en 1974, se inauguró la Cineteca Nacional; en 1975, comenzaron

70. García Riera, Emilio (1998) *Breve historia del cine mexicano. Primer siglo, 1987-1997*. op cit, pág 278.

71. Viñas, Moisés (1994) “Historia reciente del cine mexicano”, en E. de la Vega Alfaro y E. Sánchez Ruiz (comps.) *Bye bye Lumière... Investigación sobre cine en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

72. *Ibid*, Pág. 32. Los concursos a que se refiere la cita tuvieron lugar durante los años sesenta.

las labores del Centro de Capacitación Cinematográfica (CCC). Además, desde 1971 funcionaba el Centro de Producción de Cortometraje, encargado de filmaciones oficiales, principalmente.⁷³ Prácticamente todas las actividades de la cadena productiva cinematográfica tuvieron participación estatal. Sin embargo, cabe aclarar que la participación privada no se borró completamente, sino que incluso en algunos aspectos, al parecer se les benefició:

Al ser “descongelados” los precios de entrada a los cines y al desaparecer entre éstos los de segunda y tercera corrida para ser convertidos todos en salas de estreno, aumentaron mucho los ingresos de los productores privados, accionistas mayoritarios de Películas Nacionales: sin arriesgar nada y produciendo cada vez menos películas, pasaron de ganar 164 millones de pesos en 1971 a 360 millones en 1976.⁷⁴

Desafortunadamente, entre muchos aciertos fílmicos, estéticos y de contenido que se lograron durante el período echeverrista, hubo demasiado pocos éxitos de taquilla. El presidente que siguió a Echeverría, José López Portillo, por medio de su hermana, la poeta Margarita López Portillo (a quien le creó la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía en la Secretaría de Gobernación), se encargó de desmontar prácticamente todo el aparato gubernamental cinematográfico, además de que “llamó de nuevo a los antiguos productores y les devolvió el cine, y con ellos vino la era de las *ficheras*...”⁷⁵

Antes de pasar a los casos más sonados del período echeverrista, con respecto a la televisión y la prensa, comentaremos casi de pasada que durante el decenio de los setenta, al igual que en los sesenta, la radio en las ciudades se especializó en la transmisión de música, ya no en vivo como en la época dorada de la XEW, sino mediante discos.⁷⁶ Sin embargo, hacia la segunda mitad de los setenta, especialmente en los ámbitos urbanos, la radio recuperó mucho de sus funciones en “la información y el comentario periodístico”. Habla por ejemplo José Carreño Carlón de una “recuperación del peso sociopolítico de los noticiarios radiofónicos desde mediados de la década de los setenta, en que la XEX dedica toda su programación a la transmisión de noticias y empieza el despegue de Radio Red a

73. García Riera, Emilio (1998) *Breve historia del cine mexicano. Primer siglo, 1987-1997*. op cit.

74. Ibid, Pág. 304.

75. Viñas, Moisés (1994) “Historia reciente del cine mexicano”, op cit., Pág. 33.

76. Esquivel Villar, Alberto y Gabriel Sosa Plata (s/f) *Las Mil y una Radios. Una Historia, un Análisis Actual de la Radiodifusión Mexicana*. México: McGraw Hill.

través del programa *Monitor*, dirigido por José Gutiérrez Vivó”.⁷⁷ En provincia, pero en especial en el ámbito rural, la radio continuó funcionando como un enlace social importante.

Por otra parte, si bien las primeras grandes redes radiofónicas comenzaron en los años treinta con la XEW y la XEQ y en los cuarentas con Radio Programas de México, para los decenios de los sesenta y los setenta se conformaron nuevos grupos y se expandieron las cadenas radiofónicas.⁷⁸ Es decir, comenzó un proceso de concentración del medio, de tal manera que para 1977, quince grupos controlaban el 84 por ciento de las estaciones comerciales en México.⁷⁹ En 1970 había 604 estaciones de radio en México, de las cuales 580 eran comerciales y 24 culturales; en 1975, eran un total de 696 estaciones (668 comerciales y 28 culturales); y el 1980 creció el número a 852 en total (905 comerciales y 47 culturales).⁸⁰ A pesar de un incremento de las estaciones permisionadas, que ocurrió durante la segunda parte del decenio (es decir, ya en el período de López Portillo), es claro que el crecimiento de la radiodifusión fue en el sentido comercial plenamente. En un trabajo escrito en los años setenta por dos empleados de Televisa, se aclaraba (o justificaba) la concentración de la industria de la radiodifusión en el país:

Las redes hacen más barata la administración y permiten a los radiodifusores intercambiar radionovelas y otros programas muy elaborados que, a su vez, los puede producir una organización central creativa, especializada, profesional. El gobierno favorece esta tendencia a la centralización, ya que, desde su punto de vista, facilita la regulación y el control.⁸¹

En 1971, varios funcionarios de alto nivel del gobierno de Luis Echeverría comenzaron a hacer críticas públicas al funcionamiento de la radio y la televisión. Al parecer, el gobierno federal quería tener un mayor control sobre los medios. Recordemos que el 10 de junio de 1971 hubo otra represión estudiantil, por parte de los llamados

⁷⁷ Carreño Carlón, José (1992) “1962-1992: México a través de los medios”, en *Intermedios*, Núm. 1, Marzo, Pág. 8.

⁷⁸ Arredondo Ramírez, Pablo y Enrique Sánchez Ruiz (1986) *Comunicación Social, Poder y Democracia en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

⁷⁹ De Noriega, Luis Antonio y Frances Leach (1979) *Broadcasting in Mexico*. Londres: Routledge and Kegan Paul.

⁸⁰ Nafinsa (1981) *La Economía Mexicana en Cifras*. México: Nacional Financiera.

⁸¹ De Noriega, Luis Antonio y Frances Leach (1979) *Broadcasting in Mexico*, op. cit. Pág. 37.

“halcones”, un cuerpo paramilitar al parecer entrenado en Estados Unidos.⁸² Si bien dada la retórica de “apertura democrática” fue más difícil que en 1968 censurar a los medios, otra vez fue claro para un gobierno represor y autoritario, como resultó el de Echeverría, que era necesario ejercer un mayor control sobre los medios de comunicación.

Desde 1971, diversos altos burócratas comenzaron a criticar los contenidos de la radio y la televisión, especialmente la última. Incluso, se llegó a plantear la posibilidad de la “nacionalización”⁸³ Las críticas continuaron en 1972. En marzo de ese año, el gobierno forzó la adquisición del Canal 13, que había tenido problemas económicos:

El 15 de marzo de 1972 el gobierno mexicano adquirió el Canal 13 de la televisión capitalina. Unos meses antes, la financiera estatal Sociedad Mexicana de Crédito Industrial, Somex, había comprado el 72 por ciento de las acciones de esa televisora, entonces en manos de particulares. El 15 de marzo recibió el 28 por ciento restante y con ello se inauguró una nueva etapa en la televisión en México.⁸⁴

Desde entonces y hasta los años noventas, el Estado mexicano se convirtió en emisor televisivo, pero, paradójicamente, ni Canal 13 ni la organización que surgió en los años ochentas (Imevisión) dejaron de ser de carácter comercial. El 21 de marzo, unos días después, anuncia la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) que se pondrá en marcha el proyecto de desarrollo de la televisión rural, lo que se corrobora con un decreto publicado en mayo siguiente.⁸⁵ “Este servicio, que en junio siguiente se convirtió en Televisión Cultural de México, incluye ... materiales producidos por la propia SCT, los programas difundidos en la televisión comercial con cargo al 12.5 por ciento, así como selecciones de los canales 11 y 13 y algunas de la televisión comercial”.⁸⁶ Así mismo, se anuncia la posibilidad de que se elabore una nueva ley en la materia (la vigente en ese momento—y todavía cuando se escribe esto, más de treinta años después—data de 1960). Los concesionarios hicieron públicas manifestaciones de preocupación y

⁸² Ortiz, Orlando (1971) *Jueves de Corpus*: Editorial Diógenes.

⁸³ Fernández Christlieb, Fátima (1982) *Los medios de Difusión Masiva en México*. México: Juan Pablos Editor.

⁸⁴ Lozoya, Jorge Alberto (1974) “La TV estatal en México: Notas sobre un intento”, en *Foro Internacional*, Núm. 55, Enero-Marzo, Pág. 402.

⁸⁵ Fernández Christlieb, Fátima (1982) *Los medios de Difusión Masiva en México*, op. cit.

⁸⁶ Granados Chapa, Miguel Angel (1976) “La televisión de Estado. En busca del tiempo perdido”, en *Nueva Política*, Vol. 1, Núm. 3, Julio-Septiembre, Pág.232.

descontento. Hubo también reuniones privadas con el presidente y su gabinete, presiones, cabildeos y negociaciones.

Así, en diciembre de 1972 se anunció la formación de una nueva gran empresa, conformada por la fusión de Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México, con sus respectivos canales y redes televisivas. Esta era Televisa, S.A., o Televisión Vía Satélite, S.A., misma que inició su funcionamiento en enero de 1973. Otra vez, la iniciativa privada demostraba tener habilidad negociadora, pues ante el embate crítico y las medidas para una mayor participación gubernamental, las dos empresas que competían entre sí (y con un débil Canal 13 en la capital, al igual que unos pocos independientes en provincia) se fortalecieron al constituirse para todo efecto práctico en un monopolio privado. Un argumento al parecer persuasivo fue el de la conformación de una nueva “fórmula mexicana” de televisión, basada en una cierta división del trabajo entre este—entonces nuevo—grupo privado y el gobierno:

La pluralidad de la televisión mexicana puede sintetizarse diciendo que el Canal 2 permite una comunicación nacional; el Canal 4, la urbana; el Canal 5, la mundial; el Canal 8, la retroalimentación nacional; el Canal 11, la educativa; el Canal 13, la cultural. Y el 12.5 por ciento del tiempo que al Estado le reserva la ley en los canales, está teóricamente dedicado a las necesidades de comunicación de los gobernantes con la opinión pública.⁸⁷

La supuesta “fórmula mexicana” describe muy bien la distribución de canales entonces existente en el Valle de México, pero no una presencia verdaderamente *nacional*, especialmente de los canales gubernamentales (el Once y el Trece). Muchos observadores hemos comentado que, para el “ruido” que se generó, finalmente los resultados no fueron por lo menos tan contrarios para los concesionarios. Por ejemplo, si bien no hubo una nueva ley de radio y televisión, sí se aprobó un reglamento que atendía a los contenidos en radio, televisión y cine. Miguel Ángel Granados Chapa comenta al respecto:

Todo fue, sin embargo, sólo fuego de artificio. La querrela, aparente o real, entre Estado y medios electrónicos se resolvió en una victoria para éstos. En efecto, el 4 de abril de 1973, apenas unos meses después de la presunta embestida gubernamental contra la radio y la televisión, el Ejecutivo dictó un reglamento que favorecía el interés de los concesionarios. Se trata del

⁸⁷ Alemán Velasco, Miguel (1976) “El Estado y la televisión”, en *Nueva Política*, Vol. 1, Núm. 3, Julio-Septiembre, Pág. 195.

Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica, relativo al contenido de las transmisiones de radio y televisión.⁸⁸

Si bien es cierto que en líneas generales el Reglamento, al igual que la Ley promulgada trece años antes, era bastante favorable para los concesionarios, hay que apuntar que por otro lado no era totalmente propicio para la libertad de expresión, al “trasladar a la televisión los mecanismos de la censura cinematográfica que, bajo el nombre de ‘supervisión’, se ejerce en contra de lo que dispone la Constitución General de la República”.⁸⁹ En octubre 1974 se suspendieron 37 programas de televisión, aunque más de la mitad de ellos ya no se transmitían cuando ocurrió la suspensión.⁹⁰ Por otra parte, entre febrero de 1971 y septiembre de 1975, la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Educación Pública declaró ilícitas 136 publicaciones. Si bien estas acciones especialmente se inscribían dentro del marco de la lucha contra la pornografía, muestra la capacidad censora del gobierno de la “apertura democrática”. Claramente, la apertura era selectiva. Incluso, contradictoria.

Tenemos el caso paradójico del periódico *Excélsior*, que habiendo aprovechado la “apertura democrática”, durante la primera mitad de los setenta se convirtió en un foro crítico importante, en el que se manifestaban voces en contra de la dependencia económica y las injusticias del capitalismo y del “imperialismo”. La investigación de Angela Delli Sante⁹¹ documenta claramente cómo se orquestó una campaña desde las cúpulas del poder económico transnacional (la American Chamber of Commerce-Mexico), a la que respondieron las grandes firmas mexicanas también, para retirarle la publicidad y obligarlo a cambiar de línea editorial. A su vez, esta campaña fue apoyada por Televisa y miembros de la Cámara Nacional de Radio y Televisión, en lo que entonces llamaron la “guerra de los

⁸⁸ Granados Chapa, Miguel Angel (1981) “1970-1976, un sexenio de comunicación”, en *Connotaciones*, Núm. 1. México: Ediciones El Caballito/Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, Pág. 27.

⁸⁹ *Ibid*, Pág. 27.

⁹⁰ *Ibid*.

⁹¹ Delli Sante, Angela M. (1979) “The private sector, business organizations, and international influence: A case study of Mexico”, en R. Fagen (ed.) *Capitalism and the State in U.S.-Latin American Relations*. Stanford: Stanford University Press.

medios”.⁹² Esto ocurrió principalmente entre enero de 1972 y marzo de 1973. Sin embargo, desde el Poder Ejecutivo se lanzó la orden a todas las dependencias gubernamentales y empresas paraestatales (recordemos que el sector paraestatal creció mucho en ese tiempo), de que se le comprara espacio publicitario al periódico, lo que eventualmente lo salvó de la potencial bancarrota.⁹³ Aun en fechas recientes, el gobierno se sigue contando entre los principales anunciantes en los medios masivos, pero esta forma de presión y control potencial se puede ejercer también desde el propio sector privado. Lo paradójico del asunto es que el periódico siguió gozando del—aparente—ambiente de libertad de prensa, de la “apertura democrática”, pero cuando al gobierno ya no le pareció, desde la misma cúpula que lo había salvado se le orquestó un “golpe de estado” al entonces director Julio Scherer.⁹⁴ El 8 de julio de 1976, Scherer y un grupo numeroso de periodistas fueron expulsados por los cooperativistas liderados por Regino Díaz Redondo. Al respecto, comenta Trejo Delarbre:

Aquella crisis fue atribuida a la malquerencia del entonces presidente Luis Echeverría pero además, fue posible por errores en la conducción administrativa y política de esa empresa editorial—es posible que en aquella asamblea de cooperativistas que expulsó a Scherer hubiese acarreados, pero ese director y su grupo de periodistas no lograron mantener la adhesión de los trabajadores de *Excélsior*—. ⁹⁵

Al parecer, Scherer habría descuidado las relaciones con el personal de base, y privilegiado el cultivo de los vínculos con intelectuales, periodistas, políticos. Al poco tiempo de que salieron del periódico, don Julio y su grupo fundaron la revista *Proceso*, que apareció el 6 de noviembre del mismo año, todavía siendo presidente Echeverría y aun frente a la negativa por parte del monopolio estatal del papel para periódicos y revistas (PIPSA, Productora e Importadora de Papel, S.A.), a proveerlos de la materia prima fundamental. Por otro lado, Octavio Paz y un grupo de intelectuales y artistas que elaboraban la revista *Plural* en la casa *Excélsior*, salieron y fundaron la revista *Vuelta*.

⁹² Granados Chapa, Miguel Angel (1981) “1970-1976, un sexenio de comunicación”, op cit, Pág. 33.

⁹³ Delli Sante, Angela M. (1979) “ The private sector, business organizations, and international influence: A case study of Mexico”, op. cit.

⁹⁴ Secanella, Petra Ma. (s/f) *El periodismo Político en México*. México: Ediciones Prisma.

⁹⁵ Trejo Delarbre, Raúl (2001) *Mediocracia sin Mediaciones. Prensa, Televisión y Elecciones*. México: Ediciones Cal y Arena, Pag. 165.

Proceso en última instancia surgió de la solidaridad de muchos periodistas y no periodistas. Me parece importante mencionar uno de “entre los mil episodios emocionantes de este período fundacional”, porque muestra que en nuestro país puede haber unión, aun cuando no exista coincidencia de ideas. Según lo atestigua uno de los periodistas fundadores de esa nueva revista, un empresario del periodismo de corte muy conservador, contribuyó substancialmente para la fundación de *Proceso*:

... rescato uno, por justicia histórica: don Jorge Álvarez del Castillo, dueño del diario tapatío *El Informador*, suscribió una aportación de un millón de pesos (casi otro tanto de lo reunido en la capitalización masiva). No quiso que se le acreditara, a partir de un razonamiento tajante, radical: contribuía a la edición de la nueva revista como activo gesto de rechazo a la arbitrariedad gubernamental; pero no quiso asociar su nombre al tipo de periodismo que hacían sus beneficiarios, pues le disgustaba.⁹⁶

En la medida en que la revista *Proceso* ha mantenido una línea crítica e independiente de las instancias gubernamentales, no ha podido depender—como tradicionalmente lo han hecho muchos impresos en México—de la publicidad gubernamental. Por esa razón, ha seguido una estrategia de aparentar un cierto grado de “amarillismo político”, lo que le ha asegurado una gran circulación y ventas publicitarias no necesariamente ligadas con compromisos políticos. Si bien puede ser criticable el “amarillismo político de *Proceso*”, también es de reconocerse que:

En el otro lado de la balanza, el ímpetu denunciatorio de la revista de don Julio Scherer fue, durante largo tiempo, el contraste disruptor del adocenamiento de una prensa fundamentalmente ensimismada en la complacencia con un poder político que la dejaba hacer negocios en tanto no hiciera olas.⁹⁷

En el período echeverrista, por unos pocos años el gobierno tomó control directo de la Cadena García Valseca, la más grande del país, mediante la compra de sus acciones por la deuda que tenía con Somex, en 1972. Había rumores de que Echeverría mismo se había quedado con la cadena, pero finalmente ésta se le vendió a Mario Vázquez Raña.

⁹⁶ Granados Chapa, Miguel Angel (2001) “Males y (re)medios”, en *Proceso*, Núm. Especial 9, 25 aniversario, Noviembre 2001, Pag. 80.

⁹⁷ Trejo Delarbre, Raúl (2001) *Mediocracia sin Mediaciones. Prensa, Televisión y Elecciones*, op. cit., Pág. 167.

REFORMA POLÍTICA Y DERECHO A LA INFORMACIÓN: EN BÚSQUEDA DE LA CUADRATURA DEL CÍRCULO.

El gobierno de Luis Echeverría efectuó en 1973 una Reforma Electoral, concretada en la Ley Federal Electoral que se promulgó el 5 de enero. Esta nueva ley incluyó la disposición consistente en proporcionar a los partidos políticos nacionales registrados, la posibilidad de transmitir sus tesis y programas dentro del tiempo del 12.5% del impuesto de 1969. Fue, entonces, la primera vez que tuvieron tal prerrogativa los partidos. Esta reforma fue un antecedente inmediato e importante de la reforma política de 1977.

Por otro lado, recordemos que por diferentes motivos, José López Portillo se presentó como único candidato a la presidencia de la república en 1976, además de que el sexenio de Luis Echeverría terminó con una fuerte crisis económica. La idea de una “reforma política” se originó durante la aguda crisis de 1976, en virtud de que la legitimidad del Estado se encontraba severamente debilitada.⁹⁸ Los síntomas de una crisis política, de hecho, habían comenzado a asomar desde 1968. Por otra parte, en virtud de la “apertura democrática” echeverrista, surgió un buen número de grupos, organizaciones y partidos opositores, algunos de derecha, la mayoría de izquierda, que expresaban algún grado de descontento social. Lo que a su vez mostraba que el aparato priísta era cada vez más incapaz de incorporar a segmentos importantes de la población. La entrante administración de José López Portillo propuso, entre otros aspectos, la realización de una reforma política. Los ideólogos del Estado, como don Jesús Reyes Heróles (presidente del PRI durante la campaña, luego secretario de Gobernación) sabían que tenían que ampliar las posibilidades de participación y representación políticas. En noviembre de 1977, el Congreso aprobó la reforma política, junto con una nueva ley electoral. Aquella comprendía tres componentes centrales: a) se facilitaba relativamente el registro legal a nuevos partidos políticos;⁹⁹ b) el número de cónales en la Cámara de Diputados se incrementó de 250 a 400 (de las cuales, 100 plurinominales), y c) se garantizó el acceso

⁹⁸ Ver Sánchez Ruiz, Enrique E. (1990) “Hegemonía y reformas preventivas. Reforma política y derecho a la información, 1977-1982”, en *Comunicación y Sociedad*, Núm. 9, Mayo-Agosto. Esta sección es una muy apretada síntesis de este artículo.

⁹⁹ Se amplió la participación de la oposición, fraccionándola.

gratuito, a todos los partidos contendientes, a los medios electrónicos de comunicación. Con la promulgación de la nueva Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LOPPE), se realizaron algunas enmiendas constitucionales, de las cuales la más relevante para este escrito es la adición al Artículo sexto, que garantiza la libertad de expresión: “El derecho a la información será garantizado por el Estado”. Esta pequeña frase produjo todo un acalorado debate político durante los siguientes dos o tres años, en la medida en que por su brevedad y ambigüedad despertó múltiples expectativas y temores en los diferentes actores. La reglamentación del derecho a la información, entonces se convirtió en una bandera de lucha tanto para los concesionarios y propietarios de medios, que defenderían a rajatabla el statu quo, como para intelectuales e investigadores, trabajadores, partidos políticos y otros grupos interesados en el asunto. Se llegó a creer que la reglamentación del derecho a la información posibilitaría incluso una reforma al régimen de propiedad y control de los medios.¹⁰⁰

Es incierto qué tan lejos querían llegar López Portillo y Reyes Heróles en la modificación del sistema de información mexicano. En su segundo informe de gobierno, López Portillo anunció que pronto enviaría al Congreso un proyecto de “Ley de garantías al derecho a la información”, que daría concreción a la parte final del Artículo 6º constitucional. El presidente insinuó que la idea era democratizar el sistema de información, pero no dio ninguna indicación sobre cómo se lograría esto:

En esta iniciativa de ley se define el derecho a la información como un derecho fundamental al servicio de la dignidad e integridad de la persona humana; también se le anuncia como un derecho social, para asegurarle a la colectividad una información objetiva, plural y oportuna.

Nuestro orden jurídico deberá hacer de la información una fuerza democrática, en cuyo ejercicio participen las diferentes corrientes de opinión y los individuos.¹⁰¹

En diciembre de 1978, se convocó a audiencias públicas, que tendrían lugar en la Comisión Federal Electoral. Los propietarios de medios de inmediato iniciaron una campaña de presión por todos los canales posibles, formales e informales. Otros sectores participaron en las presiones públicas, como por ejemplo el sindicalismo oficial, que

¹⁰⁰ Ibid.

¹⁰¹ *Proceso*, Núm. 187, 2 de junio de 1980, Pág. 9.

reclamaba la democratización de los medios.¹⁰² Esta consulta pública no se realizó y en principio quienes estaban en contra de la reglamentación del derecho a la información, tuvieron un éxito político, cuando en mayo de 1979 renunció Jesús Reyes Heróles a la Secretaría de Gobernación. A fines de 1979, López Portillo decidió que, después de todo, siempre sí habría consultas públicas sobre el derecho a la información, sólo que en una tribuna diferente: la Cámara de Diputados. Por coincidencia, el nuevo líder de la mayoría en la Cámara era Luis M. Farías, concesionario radiofónico, ex locutor y ex empleado de los Azcárraga (fue el lector de noticias en el primer noticiario del Canal 2, en 1951). Farías presidiría las audiencias.

Entre el 21 de febrero y el 6 de agosto de 1980 hubo veinte audiencias públicas sobre el derecho a la información, la mayoría en el recinto de la Cámara y seis en distintas ciudades de provincia. Televisa fue la única organización que, como tal, participó en varias ocasiones, presentando discursos en ocho de las veinte reuniones. Los oponentes a la reglamentación constituyeron el 17% del total de ponentes, mientras que cerca del 45% estaba a favor. Durante los casi seis meses en que se efectuaron las audiencias, hubo declaraciones de funcionarios gubernamentales que se contradecían entre sí. Luis M. Farías se contradijo a sí mismo, a veces de un día al siguiente. Sin embargo, la mayoría de sus declaraciones fueron en el sentido de que, si se ponía en peligro la libertad de expresión, no habría reglamentación. Después de muchos debates, ponencias, discusiones y anuncios, finalmente Luis Marcelino Farías declaró en octubre de 1981 que era “innecesario” reglamentar el derecho a la información.¹⁰³ El tema se congeló nuevamente y, a pesar de que hubo algunos intentos por renovarlo incluso ya comenzado el sexenio de Miguel de la Madrid, fue claro que, como dijo Farías, “no le encontramos la cuadratura al círculo”.¹⁰⁴

En julio de 1977, José López Portillo había creado la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), con su hermana Margarita López Portillo como titular.

¹⁰² Sánchez Ruiz, Enrique E. (1990) “Hegemonía y reformas preventivas. Reforma política y derecho a la información, 1977-1982”, op. cit.

¹⁰³ *El Sol de México*, 14 de octubre de 1981, pág. 3.

¹⁰⁴ Carpizo, Jorge y Ernesto Villanueva (s/f) “La red de complicidades entre medios y gobierno, obstáculo fundamental. Crónica de los frustrados intentos reformistas”, en Foro Mexicano de Historia de los Medios, Fundación Manuel Buendía, A.C. (<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/foromex/cronica.html>, bajado el 15/07/2004).

Ya comentamos antes que en el aspecto de la actividad cinematográfica, a pesar de que el cine casi totalmente estatizado tuvo algunos logros expresivos y estéticos, aunque no de taquilla, en la nueva administración se le devolvió a los empresarios que regresaron a la producción de películas de ficheras y similares. En general, el intervencionismo del sexenio anterior se vio atemperado durante el de López Portillo. Como vimos, el debate del derecho a la información despertó expectativas de democratización mediática, pero en realidad no existió una política clara al respecto. De hecho, hubo muchas variaciones de personal clave de las relaciones Estado-medios y en los medios del propio Estado: cinco cambios en la oficina de prensa del presidente; en el Canal 13, hubo nueve directores a los largo del sexenio; tres en Radio Educación, dos en Canal 11 y tres en el periódico gubernamental *El Nacional*. Esta es una muestra clara de que el gobierno no sabía qué hacer con sus medios, ni con sus relaciones con los medios privados. La hermana del presidente, desde RTC, básicamente benefició a Televisa y a los empresarios, pero sin una política pública definida.¹⁰⁵

LA PRENSA: BUSCANDO AL LECTOR PERDIDO.

En un libro publicado alrededor de 1982, Petra Secanella comentaba la “constante aparición de nuevas publicaciones” en México.¹⁰⁶ Especialmente—a partir de sus propias convicciones—festejaba la autora que hacia el inicio de la década de los ochenta, predominaban los periódicos y revistas de circulación nacional que, o eran francamente de “izquierda”, o por lo menos se mostraban independientes y críticas, por sobre las “conservadoras”. Así, mostraba esta analista del periodismo mexicano el siguiente cuadro:

Cuadro 1
Orientación de las publicaciones de
Circulación nacional.

IZQUIERDISTAS	CRÍTICAS	CONSERVADORAS
<i>Crítica Política</i>	<i>Contenido</i>	<i>El Herald</i>
<i>Así Es</i>	<i>Siempre</i>	<i>Novedades</i>
<i>DI</i>	<i>Quehacer Político</i>	<i>La Prensa</i>
<i>Proceso</i>	<i>Cambio</i>	<i>Cuestión</i>
<i>Unomásuno</i>	<i>Mañana</i>	<i>El Periódico</i>

¹⁰⁵ Sánchez Ruiz, Enrique E. (1990) “Hegemonía y reformas preventivas. Reforma política y derecho a la información, 1977-1982”, op. cit.

¹⁰⁶ Secanella, Petra Ma. (s/f) *El periodismo Político en México*. México: Ediciones Prisma, Pág. 41.

<i>Oposición</i>	<i>Diario de México</i>	<i>Hoy</i>
<i>Nexos</i>	<i>Razones</i>	<i>El Sol de México</i>
<i>Por Esto</i>	<i>El Día</i>	<i>Impacto</i>
	<i>Respuesta</i>	
	<i>Vuelta</i>	
	<i>Plural</i>	
	<i>Diálogos</i>	

Fuente: Secanella, P.M. (s/f) *El Periodismo Político en México*. México: Ediciones Prisma, Pág. 44.

No deja de ser la apreciación de la autora y un listado bastante centralista o centralizado, pero la verdad es que, salvo alguna honrosa excepción, el periodismo mexicano en los años setenta en realidad evolucionó en la capital. Por ejemplo, el periódico *El Norte* de Monterrey en realidad se hizo notar hasta el decenio de los ochenta, a pesar de haber nacido en 1922 (No obstante, fue hasta los noventa, que en realidad el grupo de *El Norte* se “consagró”, cuando estableció su “sucursal”, en la ciudad de México, el periódico *Reforma*).

A pesar del optimismo de Secanella, Raúl Trejo ha demostrado que en realidad han surgido nuevas publicaciones, pero que van sustituyendo a las que desaparecen. Desafortunadamente, al parecer somos un pueblo que no lee mucho, ni siquiera el periódico.¹⁰⁷ Entonces, Raúl Trejo ha expuesto cómo, si bien aparecen nuevas publicaciones, desaparecen otras:

Entre diarios y periódicos semanales o de otra periodicidad, el *Directorio de Medios Impresos* registraba al terminar 1977 la existencia de 319 publicaciones en todo el país. Para comienzos de 1998, los impresos clasificados con el mismo criterio sumaban 307. Prácticamente, la misma cantidad. Pero de esos 307 diarios y similares, 152 surgieron a partir de 1978. Es decir, de los 319 periódicos incluidos en el recuento de hace dos décadas, desaparecieron 164.¹⁰⁸

Es decir que, en las dos décadas que considera Trejo, más de la mitad de los periódicos que existían desaparecieron. Entonces, desafortunadamente la constante aparición de revistas y periódicos que observaba la autora antes mencionada no se ha

¹⁰⁷ Sánchez Ruiz, Enrique E. (1994) “El público de la prensa: la insoportable levedad de casi no ser”, en Lozano, José Carlos (ed.) *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC, I*. México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación.

¹⁰⁸ Trejo Delarbre, Raúl (2001) *Mediocracia sin Mediaciones. Prensa, Televisión y Elecciones*. México: Ediciones Cal y Arena, Pág. 171.

traducido en incrementos en los niveles de lectura de la población mexicana. Esto también se demuestra en los magros tirajes de los periódicos mexicanos¹⁰⁹ y en las encuestas de consumo de medios impresos.¹¹⁰ A la vez, eso se ha reflejado en el declive de la industria editorial mexicana, más en general.¹¹¹ Por ejemplo, en el X Censo General de Población y Vivienda se hicieron un par de preguntas sobre hábitos de lectura. Solamente el 14.4% de la población alfabetada de 15 años o más, indicó que acostumbra leer. Un 27.3% indicó leer sólo cuentos, historietas, fotonovelas y revistas; el 12% dijo leer sólo periódicos, mientras que un 20% seleccionó la respuesta “sólo libros”.¹¹² Por otra parte, el recuento anterior, de Petra Secanella, también refleja que en el corto plazo las estrategias hegemónicas del tipo “apertura democrática” y reformas preventivas como la aparente apertura política y mediática de la reforma política lopezportillista, dejaron una impresión de un predominio de “la izquierda” y de las preocupaciones sociales.¹¹³ Hoy se sabe que, por lo menos de parte de Luis Echeverría, prácticamente toda su retórica “progresista” fue eso, pura retórica.

“TE PAGO PARA QUE ME PEGUES”

Otro grupo de ex colaboradores del *Excélsior* de Scherer fundaron en 1977 el periódico *unomásuno*, dirigido por Manuel Becerra Acosta (hijo del director anterior a Scherer, y quien había sido gerente de *Excélsior*). Comenta Granados Chapa al respecto:

El diario introdujo una novedad formal que hizo escuela: el tamaño tabla, que luego daría lugar a varios tabloides. Auspiciado por Jesús Reyes Heróles, pero no dependiente suyo, fue el diario de la reforma política, de los nuevos aires culturales, de una forma de modernidad social (distinta de la económica poco después impuesta por el neoliberalismo), de nuevos géneros periodísticos.¹¹⁴

¹⁰⁹ Ibid; Riva Palacio, Raymundo (1997) “A culture of collusion: The ties that bind the press and the PRI”, en Orme Jr., William (ed.) *A Culture of Collusion. An Inside Look at the Mexican Press*. Boulder: North-South Center Press.

¹¹⁰ Sánchez Ruiz, Enrique E. (1994) “El público de la prensa: la insoportable levedad de casi no ser”, op. cit.

¹¹¹ Sánchez Ruiz, Enrique E. (2003) “El libre comercio y la industria cultural”, en Varios Autores *Pasajes de la Edición. I Foro Internacional de Editores*. Guadalajara: SEP/U. de G./FIL/ CERLALC.

¹¹² Banamex (1986) *México Social 1985-1986. Indicadores Seleccionados*. México: Estudios Sociales Banamex. Especialmente esta última respuesta nos parecería influida por lo que los libros de metodología llaman “deseabilidad social”, es decir, que la gente se representa en sus respuestas como sería deseable ser.

¹¹³ Un trabajo que se desarrolla bajo esas premisas es el de Bohmann, Karin (1986) *Medios de Comunicación y Sistemas Informativos en México*. México: Conaculta/ Alianza Editorial.

¹¹⁴ Granados Chapa, Miguel Ángel (2001) “Males y (re)medios”, en *Proceso*, Edición especial de aniversario, Núm. Especial 9, 25 Aniversario, Noviembre, Pág. 81.

El *unomásuno* tuvo gran influencia periodística durante poco más de un lustro, hasta que se gestó un conflicto interno del que ya no se repuso. En noviembre de 1983, todo el cuerpo de redacción, salvo Becerra Acosta, se alejó del diario. “Maniobras cada vez más oscuras, cada vez más turbias, lo hicieron cambiar de manos hasta que quedó en las de Manuel Alonso, vocero que fue de Miguel de la Madrid y director de la Lotería Nacional con Carlos Salinas”.¹¹⁵ Quienes abandonaron el periódico fundaron en 1984 *La Jornada*. De hecho, en alguna medida toda aquella generación de periodistas y muchos aprendices suyos renovaron e hicieron más abierto, fresco y crítico el periodismo mexicano, particularmente, en esos años, en la capital del país. En virtud del auge petrolero, durante el sexenio de López Portillo se inició el diarismo económico: “Lo inició un pequeño tabloide de vida efímera, *El Centenario*, seguido por *El Financiero*, cuyo primer número apareció el 15 de octubre de 1981”.¹¹⁶

También López Portillo tuvo su desavenencia con Julio Scherer, aunque ésta no fue sino un arrebato consistente en el retiro de la publicidad gubernamental, en virtud de las críticas que se emitían desde *Proceso* al gobierno federal. Fue proverbial el comentario del presidente: “te pago para que me pegues”.¹¹⁷

RADIO COMERCIAL DE GOBIERNO

Después de que el gobierno federal contaba ya con una red televisiva comercial, la del Canal 13, entró en 1979 a “competir” en el terreno de la radio comercial. En prácticamente todos estos casos, se trataba de “salvar” a empresas en dificultades económicas, como el Grupo Radio Fórmula, que desde 1976 tenía problemas financieros y fiscales. Si bien el grupo pensaba vender sus siete emisoras, finalmente entregaron tres al gobierno: XEMP, XERPM y XEB. Entre diciembre de 1978 y febrero de 1979 las secretarías de Hacienda y de Comunicaciones y Transportes deciden adscribirlas a la Secretaría de Gobernación, donde serían encargadas para su operación a la Dirección de Radio, Televisión y

¹¹⁵ Ibid. La venta a Manuel Alonso ocurrió ya en 1998.

¹¹⁶ Ibid. *El Financiero* lo fundó Rogelio Cárdenas, quien había sido reportero de asuntos políticos en el antiguo *Excélsior*.

¹¹⁷ Baqueiro López, Oswaldo (1986) *La Prensa y el Estado*. México: Editorial Nuestra América.

Cinematografía (RTC).¹¹⁸ Pero también, entre 1979 y 1982 se establecieron varias estaciones a cargo del Instituto Nacional Indigenista (INI), comenzando por “la Voz de la Montaña” en Guerrero, a la que siguieron “la Voz de la Mixteca” en Oaxaca, la Voz de los Mayas” en Yucatán, “la Voz de los Purépechas” en Michoacán y “la Voz de la Frontera Sur” en Chiapas.¹¹⁹

La radio comercial, por otro lado, mostraba un muy alto grado de concentración en su control a fines de los setenta, especialmente las estaciones de AM, como puede observarse en el Cuadro 1.

Cuadro 2
Control de la industria radiofónica, 1979

Cadenas	Estaciones			
	AM	%	FM	%
Radiodifusoras Unidas	87	14.7	9	7.5
Red RPM	82	13.7	2	1.6
Radio Ventas de Provincia	50	8.3	8	6.5
Radiodifusoras sociales	44	7.3	2	1.6
Grupo Acir	43	7.1	6	4.8
Radio Visión Activa	30	4.9	3	2.4
Radio Cadena Nacional	30	4.9	1	0.8
Corporación Mexicana de Radiodifusión	30	4.9	--	--
Subtotal	396	65.5	32	26.0
Otras	219	34.5	91	74.0
Total	615	100.0	123	100.0

Fuente: Arredondo, Pablo y E. Sánchez Ruiz (1986) *Comunicación Social, Poder y Democracia en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, Cuadro 21, Pág. 151.

Durante el decenio de los setenta tuvo lugar un desarrollo moderado, pero sostenido, de la televisión por cable. Ésta surgió desde 1954 en Nogales, Sonora, como un servicio para que estadounidenses vecindados de este lado de la frontera pudieran ver los canales de su país.¹²⁰ En 1963 y 1964 se abrieron otros dos servicios similares en ciudades fronterizas (Piedras Negras y Ciudad Acuña, Coahuila), además de otro en Monterrey. No

¹¹⁸ Mejía Barquera, Fernando (s/f) “Historia mínima de la radio mexicana”, en Foro Mexicano de Historia de los Medios, Fundación Manuel Buendía (<http://www.mexicanadecomunicación.com.mx/Tables/FMB/foromex/historia.html>), bajado el 15/07/04).

¹¹⁹ Ibid.

¹²⁰ Covi Druetta, Delia María (1990) *La Televisión Por Cable: El Caso Mexicano*. México: UNAM (Cuadernos de Ciencias de la Comunicación, Núm. 1).

fue sino hasta 1969 que se crearon otros dos sistemas de televisión por cable: Uno en Uruapan Michoacán y otro en la ciudad de México, éste último propiedad de Telesistema Mexicano. Cablevisión, durante varios años fue la empresa que dominó el mercado de la ahora llamada “televisión de paga”, pues tenía el monopolio del cable en el Distrito Federal. En provincia, principalmente se establecieron sistemas de cable en estados cuya orografía impedía pasar las señales de microondas, como Michoacán, para que los pobladores pudieran ver las señales generadas en Morelia y, a veces, en Guadalajara y en la ciudad de México. De seis sistemas en operación en 1970, se pasó a 56 en 1979. Estos sistemas daban servicio a 2,500 suscriptores en 1970 y a 210,511 en 1979.¹²¹ Sin embargo, como veremos enseguida, el crecimiento explosivo de la televisión por cable ocurrió en realidad hasta los noventa. Quizá por esa razón, a pesar de que es una tecnología que surgió en Estados Unidos en los años cuarenta, y se implantó por primera vez en México en los cincuenta, se le sigue considerando entre las “nuevas tecnologías” (independientemente de que se ha seguido innovando la propia tecnología del cable, hacia la fibra óptica y la digitalización).¹²² Si bien la empresa dominante en el mercado era Cablevisión, de Televisa, por atender el mercado más grande (el D.F.) y porque a su vez proveía de programación a la mayoría de las cableras de los estados, en general había un escenario no tan concentrado y centralizado en la propiedad y el control del medio, pues las concesiones se fueron otorgando a empresarios de las regiones..¹²³

LOS AÑOS OCHENTA: EL INICIO DEL “NEOLIBERALISMO”

Cuando asumió la presidencia Miguel de la Madrid Hurtado, recibió las riendas de un país hundido en una profunda crisis económica y social. Al creciente aumento de la deuda externa y del empobrecimiento de la población, vinieron a sumarse tragedias sociales como el terremoto de 1985. Ante el desorden organizativo en que—como ya vimos—dejó el gobierno de José López Portillo sus vinculaciones con los medios, en particular los audiovisuales, la administración de Miguel de la Madrid hizo en marzo de 1983 una

¹²¹ García Calderón, Carola (1987) *Para Conectarse a Cablevisión*. México: Ediciones El Caballito.

¹²² Covi Drueta, Delia (1999) “Televisión por cable en México: Una industria en busca de nuevos rumbos”, en *Comunicación y Sociedad*, Núm. 35, Enero-Junio.

¹²³ García Calderón, Carola (1987) *Para Conectarse a Cablevisión*, op. cit.

reorganización del sector, mediante la creación de “un dispositivo de coordinación” denominado “Sistema de Comunicación Social del Gobierno Federal”. Curiosamente, al gobierno de Miguel de la Madrid se le suele atribuir el haber iniciado el “viraje neoliberal” (básicamente la reducción del tamaño y la acción del gobierno en la economía y el énfasis en el mercado, especialmente en el internacional—la llamada “globalización” desde una perspectiva muy simplista), pero en materia de medios tendió a fortalecer y ampliar el papel gubernamental. Así, dentro de la Dirección de Radio, televisión y Cinematografía, se constituyeron tres institutos, dedicados a cada uno de estos medios: El Instituto Mexicano de la Radio (después conocido como Imer), el Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine) y el Instituto Mexicano de Televisión (Imevisión).¹²⁴ Entonces, los recursos en manos del Estado en cada caso, pasaron a formar parte del instituto respectivo. Así, por ejemplo las estaciones radiofónicas comerciales que recientemente había adquirido el gobierno, se adjudicaron al Imer; el Canal 13 y su red nacional y otras televisoras como el Canal 22 del Distrito Federal, el 8 de Monterrey y la red de Televisión de la República Mexicana, quedaron a cargo del Instituto Mexicano de Televisión. Ese mismo año, Televisa convierte su Canal 8 en cultural, sin anuncios. Nos preguntamos si, mostrando esta empresa privada que podía hacer “cultura”, el gobierno decidió continuar por el camino comercial en sus televisoras. Posteriormente, en mayo de 1985, se crea la empresa Imevisión, dependiente del Instituto Mexicano de Televisión y se crea el Canal 7, al que adjudica el gobierno casi todas las estaciones de la red de Televisión de la República Mexicana. Así, Imevisión sería una empresa televisiva con dos canales nacionales, el 13 y el 7, con 44 y 99 repetidoras respectivamente; así como el 22 de UHF del Distrito Federal, el 8 de Monterrey y el 2 de Chihuahua (con una repetidora en Ciudad Juárez).¹²⁵

Si bien ocurrió este reacomodo centralizador de los recursos comunicativos del gobierno federal, en gran parte siguiendo la retórica descentralizadora de Miguel de la Madrid, durante los años ochenta hubo un desarrollo acelerado de estaciones televisivas de los gobiernos de los estados, y de “sistemas de radio y televisión” entre los cuales en aquel tiempo sobresalieron el michoacano, el mexiquense y el quintanarroense. Si bien desde los

¹²⁴ Mejía Barquera, Fernando (s/f) “Historia mínima de la radio mexicana”, op. cit.

¹²⁵ Sánchez Ruiz, Enrique E. (1991) “Hacia una cronología de la televisión mexicana”, en *Comunicación y Sociedad*, Núm. 10-11, septiembre 1990-abril 1991.

años cuarenta y cincuenta se habían establecido estaciones de radio estatales, la primera de televisión fue el Canal 4+ (Cuatro Más), del Gobierno de Veracruz.¹²⁶ Hoy en día, hay prácticamente en todos los estados de la república estos sistemas regionales de comunicación social. Las radios estatales se expandieron correspondientemente, como describe Cristina Romo, refiriéndose a la radio permisionaria:¹²⁷

En la década de los años cincuenta no se otorgó ningún permiso. El siguiente decenio sólo vio nacer ocho más. En los años setenta se observa un considerable aumento, 15, que en la presente década [los ochenta] se triplica con 45 nuevas radiodifusoras. De esta cifra 33 surgen entre los años 82 y 85, con la apertura de la mayoría de las indigenistas y las de los sistemas estatales. Hay que hacer notar que hace diez años había en el país sólo dos estaciones manejadas por gobiernos estatales, el de Jalisco y el de Chiapas.¹²⁸

No cabe duda de que un suceso importante que influyó—al igual que al resto de la sociedad mexicana—a los medios, fue el sismo del 11 de septiembre de 1985 en la ciudad de México, que también afectó, aunque menos catastróficamente, a otras localidades, como Ciudad Guzmán, Jalisco. En esa ocasión, y durante algunas semanas, los medios de difusión funcionaron realmente como vehículos de *comunicación* y enlace entre los ciudadanos, con organizaciones no gubernamentales y con el gobierno. Entonces, por ejemplo la radio fue un medio para las comunicaciones locales e inmediatas: avisaba que se necesitaba algo en tal lugar de la propia ciudad de México y en poco tiempo había ahí personas ayudando y llevando lo que era necesario. El 11 de septiembre y los días inmediatos posteriores, aparentemente alrededor del 90% de la población se informaba por medio de la radio en la ciudad de México.¹²⁹

La radio, en el ejercicio de la solidaridad, se descubre a sí misma como actor social y político con capacidad para convocar y organizar a la sociedad civil tendiendo y reconstituyendo redes para enfrentar la tragedia allí donde los

¹²⁶ Ibid.

¹²⁷ Recordemos que las estaciones “concesionarias” son las comerciales, mientras que las “permisionarias” son culturales, educativas o de servicio público, que no deben comercializar.

¹²⁸ Romo, Cristina (1990) *La Otra Radio: Voces Débiles, Voces de Esperanza*. México: IMER/Fundación Manuel Buendía.

¹²⁹ Rodríguez Ezeta, Francisco (1985) “Comunicación en el sismo: sismo en la comunicación”, en *Cuadernos de Comunicación*, Núm. 95, Diciembre.

canales tradicionales—formales e informales—de comunicación con las autoridades se quiebran o se muestran ineficientes y desbordadas.¹³⁰

La televisión, por otra parte, además de cumplir funciones similares, podía enlazar y comunicar personas en el D.F. con familiares en provincia o, incluso, en el extranjero, particularmente en Estados Unidos. El periodismo escrito, también se convirtió en más crítico, exigente e independiente. Este funcionamiento intenso de la sociedad civil, y de los medios auténticamente al servicio de la sociedad civil, posiblemente contribuyó en algo al proceso de democratización de la sociedad mexicana, que podría haber comenzado desde el 68.

En la llamada “década perdida” la radio en México continuó concentrada en unos pocos grupos y familias, aunque no tanto como la televisión: De 20 grupos con base en el Distrito Federal, los cinco más importantes controlaban el 44% de las estaciones comerciales hacia el final del decenio.¹³¹ Por otra parte, se extendieron las capacidades técnicas de la radiodifusión, lo cual permitió a los empresarios intentar diversas innovaciones para luchar por un pedazo del “pastel” publicitario. Hacia mediados del decenio hubo un desarrollo explosivo de la banda de FM (frecuencia modulada), de tal manera que para 1985, en la capital, ya había más estaciones en FM que en AM (amplitud modulada).¹³² Entre 1986 y 1988, varias cadenas radiofónicas solicitan a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) el alquiler de transpondedores en el Sistema Morelos de Satélites—cuyos dos artefactos fueron puestos en órbita en 1985—. Entre ellas, la Organización Radio Centro, el Grupo ACIR, Organización Impulsora de Radio (OIR), Radiodifusoras Asociadas, S.A. (RASA), Radio Central, Fórmula Melódica Mexicana, Grupo Radio Mil, Radio Programas de México (RPM). Es decir, las más importantes, que comienzan a transmitir a nivel nacional vía satélite y, posteriormente algunas, hacia el mercado hispano de Estados Unidos. Ya hacia los noventa, se perfila el uso de la estereofonía en AM y se despejará el camino hacia la radio digital.¹³³ Ya comentamos antes

¹³⁰ Winocour, Rosalía (2002) *Ciudadanos Mediáticos. La Construcción de lo Público en la Radio*. Barcelona: Gedisa, Pág. 70.

¹³¹ Romo, Cristina (1991) *Ondas, Canales y Mensajes. Un Perfil de la Radio en México*. Guadalajara: ITESO.

¹³² Mejía Barquera, Fernando (s/f) “Historia mínima de la radio mexicana”, op. cit.

¹³³ Ibid.

que, en lo que se refiere a la programación, se desarrolló mucho durante este decenio de 1980 la radio informativa y de participación del público, aunque de manera todavía limitada, en la medida en que la mayor parte del público escuchaba principalmente música.

De cualquier manera, en AM se encuentran las estaciones más escuchadas por ser su programación más popular, por emitir prácticamente sólo canciones en español; es aquí donde las estrellas de la venta de discos promovidas por la televisión “suenan” todo el día; aunque se pueden encontrar también canciones en inglés. (...) Por lo general, las estaciones de radionovelas, las informativas y las que transmiten los eventos deportivos, lo hacen en la banda de amplitud modulada.¹³⁴

En cuanto a las nuevas tecnologías, en 1985 se lanzan los primeros satélites mexicanos de comunicaciones: el 17 de junio entra en órbita el Morelos I, primer componente del Sistema Morelos de Satélites, y el 27 de noviembre su respaldo, el Morelos II. Por otra parte, en septiembre de 1985, la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) de Estados Unidos autorizó a la empresa Panamerican Satellite Corporation (Panamsat), en la cual tenía participación la familia Azcárraga, para construir y manejar servicios internacionales de transmisión por satélite, a partir de la aprobación en 1984 por parte del presidente estadounidense, Ronald Reagan. Para que se diesen ese tipo de concesiones a empresas privadas. En mayo de 1986 inicia el primer sistema restringido de señales de televisión MMDS (multi-channel, multipoint distribution system) de forma modesta en la empresa Cine Visión en Casa, S.A. de Guadalajara, Jalisco. Ésta transmitía por una cuota mensual en sus dos canales (adicionales a los de la televisión “normal”), películas subtituladas—en algunos casos por ellos mismos—en su mayoría estadounidenses, y retransmitía canales norteamericanos.¹³⁵ Ignoramos la situación legal de esta empresa, puesto que por ejemplo en un informe de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) encontramos que: “En cuanto al servicio a través de la tecnología MMDS, el 28 de noviembre de 1988 se registra la expedición de la primera concesión de sistema de distribución de señales restringidas de televisión, con área de cobertura en la Ciudad de

¹³⁴ Romo, Cristina (1991) *Ondas, Canales y Mensajes. Un Perfil de la Radio en México*, op. cit., Pág. 27.

¹³⁵ Aceves González, Francisco de Jesús (1987) *La Televisión en Guadalajara. Génesis y Desarrollo*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

México y Zona Metropolitana”.¹³⁶ En éste último caso, se trató de la empresa Multivisión, que inició la competencia fuerte al cable en el país. El desarrollo definitivo y sostenido de la televisión de paga (por cable, satélite y MMDS) tuvo lugar durante el decenio de los noventa.

La segunda mitad de los ochenta comienza de manera desfavorable en el ámbito internacional para la empresa Televisa. El 8 de enero, después de varias demandas por parte de ciudadanos estadounidenses que iniciaron en 1976 en contra de la Spanish International Communications Corporation (SICC) un juez federal en Los Angeles, California, sentencia que esta empresa es controlada—en contra de la ley norteamericana—por intereses extranjeros (la familia Azcárraga). En consecuencia, se les niega la extensión de las concesiones de las televisoras que eran propiedad de SICC y deben venderlas. Recordemos que a su vez, SICC operaba una red de alcance nacional, llamada Spanish International Network (SIN) cuyas primeras estaciones se iniciaron a principios de los años sesenta. Las adquieren en junio de 1987 Hallmark Cards, Inc. y el First Chicago Venture Capital, por 301.5 millones de dólares.¹³⁷ Spanish International Network (SIN) se transforma en Univisión y continúa vendiendo programación y publicidad para alrededor de 400 televisoras “hispanas” afiliadas de costa a costa en Estados Unidos. Durante los noventa, los Azcárraga recobraron una participación, aunque ya no el control, de Univisión.

Este revés trajo como consecuencia una serie de reacomodos en la que era ya la mayor empresa productora y distribuidora de programas de televisión en el mundo de habla hispana. Esto significó el traslado en agosto de 1986 de Emilio Azcárraga a Los Angeles, California, donde fundó Univisa, Inc., que quiso ser una gran corporación transnacional multimedios. Jacobo Zabłudowsky se mudó a Miami, Florida, donde inició la agencia ECO de noticias, y desde donde reorganizaría los noticiarios de Univisión. Sin embargo, un par de meses después se ve forzado a regresar a México, porque renunciaron prácticamente

¹³⁶ Cofetel (2000) *Informe Anual de Labores 2000*. México: Comisión Federal de Telecomunicaciones. En la página web de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes también se registra esa primera concesión a Multivisión, en 1989. Pero quien escribe esto, fue usuario de aquel sistema con “antenita”, entre 1986 y 1989. Si bien al parecer la firma tapatúa oficialmente “no existió”, hemos testigos de que en los hechos efectivamente operó por esas fechas.

¹³⁷ Sánchez Ruiz, Enrique E. (1991) “Hacia una cronología de la televisión mexicana”, en *Comunicación y Sociedad*, Núm. 10-11, septiembre 1990-abril 1991. En realidad, la venta completa de la corporación, ya denominada Univisión, se formaliza en febrero de 1988.

todos los periodistas de la cadena, por considerar a Zabudowsky vocero del gobierno mexicano.¹³⁸ Azcárraga Milmo tardó un poco más en regresar, pero también lo hizo. No dejaría de ser Televisa la principal transnacional de habla hispana en el negocio del espectáculo audiovisual, pero no podría competir desde dentro del gran mercado mundial que es Estados Unidos. Por cierto, ya para diciembre de 1988, Eco (Empresa de Comunicaciones Orbitales) comienza transmisiones *desde México* directamente a Europa, mediante la interconexión de cinco satélites internacionales. Tanto Emilio Azcárraga Vidaurreta, como Emilio Azcárraga Milmo, exhibieron siempre una vocación por la expansión internacional de sus negocios.¹³⁹

El cine mexicano sufrió también la crisis de los años ochenta, a pesar de las buenas intenciones que parecía tener el Instituto Mexicano de Cinematografía:

La función principal de Imcine era la de alentar un buen cine producido total o parcialmente por el estado, dada la persistencia de un nulo interés por la calidad en la mayor parte de la iniciativa privada. Dos inconvenientes se opusieron a este propósito: el primero y más importante fue sin duda la grave crisis económica que azotó a México desde 1982 y que impuso graves restricciones presupuestarias al cine; el segundo fue asunto de miopía y voracidad burocráticas: en vez de hacer del instituto un instrumento cultural de relativa autonomía, se le subordinó a la dirección de RTC y, por lo tanto, a la Secretaría de Gobernación.

Entonces, la participación gubernamental no pudo impulsar al cine mexicano, ni cualitativa ni cuantitativamente, como se puede observar en el cuadro siguiente.

Cuadro 3
Datos sobre la producción cinematográfica mexicana, 1983-1988

Películas Producidas	1983	1984	1985	1986	1987	1988
Total	82	64	79	63	65	76
Con participación del estado	9	5	8	4	3	5
Independientes	5	3	12	2	5	5
De producción privada	69	58	59	57	57	66
Películas léperas	13	8	18	15	21	40
Películas violentas	26	24	29	26	18	16

Fuente: Elaboración propia a partir de datos en García Riera, Emilio (1998) *Breve Historia del Cine Mexicano. Primer Siglo, 1897-1997*. Guadalajara: Ediciones MAPA/Imcine/Canal 22/U. de G.

¹³⁸ Ibid.

¹³⁹ Ibid.

Es imposible dar seguimiento con detalle en este lugar a lo que significan estos números, pero se puede ver el comienzo de un relativo decrecimiento de la industria, al tiempo que se ve en la fila de “películas léperas” el tipo de recursos que tuvieron que utilizar los productores privados para hacer sobrevivir al cine. Se trataba de un proceso casi inexorable de “contracción, concentración y transnacionalización” de la industria cinematográfica mexicana, que empeoraría en el decenio siguiente.¹⁴⁰ Una forma mediante la cual se pudo sostener un poco la producción mexicana fue a través de las coproducciones, aunque ya se veía venir la intensificación de la hegemonía incontestable de Hollywood sobre nuestro espacio audiovisual.¹⁴¹

LAS ELECCIONES DE 1988 Y LOS MEDIOS.

Las crisis económicas habían ido siendo peores al término de cada sexenio desde el de Echeverría, pero la que le tocó “recibir” a Miguel de la Madrid duró prácticamente todo su período presidencial.¹⁴² Crecimiento exponencial de la deuda externa, niveles de inflación sin precedentes, pérdida consecuente del poder adquisitivo del salario, caída del empleo, etcétera.¹⁴³

Las elecciones de 1988 fueron ocasión para una protesta pasiva, pero notablemente significativa, de millones de ciudadanos que dejaron de votar por el PRI para apoyar, aunque fuera de manera transitoria, a los partidos más significativos de la oposición. (...) Las elecciones de 1988 no fueron únicamente ocasión para que se confrontaran diversas opciones políticas. Más allá de la contienda entre partidos (que no comenzó ni terminó con las elecciones de aquel año) en esos comicios se expresaron disgustos y advertencias de la sociedad.¹⁴⁴

¹⁴⁰ Ver: Sánchez Ruiz, Enrique E. (1998) “El cine mexicano y la globalización: contracción, concentración e intercambio desigual”, en J. Burton-Carvajal et al (comps.) *Horizontes del Segundo Siglo. Investigación y Pedagogía del Cine Mexicano, Latinoamericano y Chicano*. Guadalajara: U. de G./Imcine.

¹⁴¹ Ver: Sánchez Ruiz, Enrique E. (1994) “Las co-producciones en el cine mexicano” y Ugalde, Víctor y Pedro Reygadas (1994) “La construcción del futuro cine mexicano ¿Yankees Welcome?”, ambos en E. de la Vega Alfaro y E. Sánchez Ruiz (comps.) *Bye Bye Lumière... Investigación sobre Cine en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

¹⁴² Ver Basañez, Miguel (1990) *El Pulso de los Sexenios. 20 Años de Crisis en México*. México: Siglo XXI Editores.

¹⁴³ Manning, Susan E. (1996) “Politics and economic change in Mexico: Neoliberalism, the State, and Civil Society”, Working Paper #19, <http://www.jhu.edu/~soc/pcid/papers/19.htm>, Program in Comparative and International Development, Department of Sociology, Johns Hopkins University.

¹⁴⁴ Trejo Delarbre, Raúl (1991) “El proceso electoral de 1988”, en P. Arredondo et al *Así se Calló el Sistema. Comunicación y Elecciones en 1988*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, Pág. 18.

El mismo Raúl Trejo comenta en otro lado que estas elecciones "... sin lugar a dudas fueron las más competidas y observadas que cualquier elección presidencial anterior y a partir de ellas se produjeron exigencias y expectativas que influyeron grandemente en la atención pública,...".¹⁴⁵ Quizás un adelanto importante y sintomático del estado de ánimo de la ciudadanía ante el régimen, fue la rechifla que durante un largo lapso recibió el presidente Miguel de la Madrid en el Estadio Azteca, cuando apareció en un partido de la selección mexicana en el Campeonato Mundial de fútbol de 1986, que tuvo lugar en México. No se puede hacer aquí un análisis político adecuado de la coyuntura de los comicios de 1988, lo que ya se ha hecho satisfactoriamente desde distintos puntos de vista. Aquí solamente haremos una reflexión apretada sobre el papel de los medios en el proceso de democratización, en el marco de esa importante coyuntura.

Ya hemos comentado antes que, por un lado, la estructura de propiedad y control de los medios en México, especialmente los electrónicos, altamente concentrados y centralizados, no es muy propicia para la democracia participativa informada, deliberativa, plural. El mismo carácter primordialmente comercial de estas industrias culturales ha llevado al predominio del espectáculo y el sensacionalismo en la presentación de la información sobre la política, sus actores y sus instituciones.¹⁴⁶ Finalmente, también comentamos antes que en nuestro país ha predominado históricamente un esquema de relaciones de complicidad, colusión, dependencia y, en definitiva, de subordinación, de los medios con respecto al gobierno. Es verdad que este control se ha ido reblandeciendo: "En las últimas tres décadas del siglo el lazo de subordinación que la mayor parte de la prensa mexicana mantenía con el poder político, se tensó tanto o quizá estaba tan ajado que acabó por romperse"¹⁴⁷ Sin embargo, veamos lo que declaró a la prensa Emilio Azcárraga Milmo, dueño de la empresa mediática más poderosa¹⁴⁸ en este país, el 14 de enero de 1988:

¹⁴⁵ Trejo Delarbre, Raúl (2001) *Mediocracia sin Mediaciones. Prensa, Televisión y Elecciones*. México: Ediciones Cal y Arena, Pág. 189.

¹⁴⁶ Sánchez Ruiz, Enrique E. (en prensa) *Medios de Comunicación, Poder y Democracia. Una Aproximación Histórico-Estructural*. Buenos Aires: Editorial Norma (Colección Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura).

¹⁴⁷ Trejo Delarbre, Raúl (2001) *Mediocracia sin Mediaciones. Prensa, Televisión y Elecciones*, op. cit., Pág. 180.

¹⁴⁸ Ojo: mas no "todopoderosa".

“Nosotros somos del PRI, siempre hemos sido del PRI, no creemos en ninguna otra fórmula. Como miembro de nuestro partido haré todo lo posible para que nuestro candidato triunfe”.¹⁴⁹ Y al parecer, lo hizo, según nos lo dicen los datos empíricos que revisaremos enseguida. Pero Azcárraga no estaba solo. A pocos días del “destape” del candidato priísta, Carlos Salinas de Gortari, el presidente de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CNIRT) le decía en el seno de su tradicional semana anual: “Como radiodifusores y como mexicanos estaremos con usted porque estamos convencidos que sus ideales y sus objetivos coinciden con los nuestros que son México, y por esa razón apoyamos su precandidatura para ocupar la Presidencia de la República”.¹⁵⁰ Es decir, en suma, que los propietarios de los medios electrónicos apoyaban a Carlos Salinas de Gortari, Candidato del PRI. Pero hemos visto que los ciudadanos mexicanos no necesariamente compartían esa lealtad al partido gobernante.¹⁵¹

Los otros contendientes en la lucha electoral, además de Carlos Salinas de Gortari del PRI, fueron: Manuel Clouthier, por el PAN; Cauhtémoc Cárdenas, por una coalición de centro-izquierda denominada Frente Democrático Nacional (FDN);¹⁵² Rosario Ibarra de Piedra, del Partido Socialista de los Trabajadores (PST); y Gumersindo Magaña, del Partido Demócrata Mexicano (PDM). En las boletas también aparecía en nombre del ingeniero Heberto Castillo por el Partido Mexicano Socialista, quien sin embargo había declinado a favor de Cuauhtémoc Cárdenas. Las autoridades electorales (la Secretaría de Gobernación, de hecho) no hicieron el ajuste respectivo. En el cuadro siguiente mostramos el resultado de la elección, comparado con algunas mediciones que se hicieron de las coberturas de los medios.

¹⁴⁹ Citado en Sánchez Ruiz, Enrique E. (1991) “Hacia una cronología de la televisión mexicana”, op. cit., Pág. 258.

¹⁵⁰ Citado por Arredondo, Pablo (1991) “Los medios de comunicación en la lucha político-electoral”, en Arredondo et al *Así se Calló el Sistema. Comunicación y Elecciones en 1988*, op. cit., Pág. 64.

¹⁵¹ McCann, James A. y Chappell Lawson (2003) “An Electorate Adrift? Public Opinion and the Quality of Democracy in Mexico”, en *Latin American Research Review*, 2003, Vol. 38, Núm. 3.

¹⁵² Recordemos que Cárdenas se había escindido del PRI, junto con Porfirio Muñoz Ledo y otros priístas de la llamada “Corriente Democrática” en 1987. Una breve pero adecuada descripción en Trejo Delarbre, Raúl (1991) “El proceso electoral de 1988”, op. cit.

Cuadro 4
El voto de los ciudadanos vs. el “voto” de los medios
(Porcentajes)

Partido	Votación	Prensa	Radio	Televisión
PRI	50.74	54.85	69.4	90.7
PAN	16.81	12.30	11.9	3.2
FDN	27.57	17.38	3.0	3.0
PMS	3.49	6.86	12.7	2.6
FDN/PMS	31.06	24.24	15.7	5.6
PDM	1.00	3.96	0.8	0.8
PRT	0.39	4.51	2.2	1.3
TOTALES	100.00	100.00	100.0	100.0

Fuentes: Para prensa, Trejo D. (1991); para radio y televisión, Sosa Plata (2003).¹⁵³

Es claro que, con una posición más moderada de la prensa y más sesgada de la televisión, pero los medios de comunicación favorecieron al PRI, en comparación con el voto efectivo. Desde luego que en el caso de prensa y radio hay más variación, además de que estas mediciones se refieren a los medios en la ciudad de México. Por ejemplo, los principales periódicos de Guadalajara fueron mucho más priístas que los capitalinos, de manera agregada (85% de su superficie en notas electorales, sobre el PRI y su candidato).¹⁵⁴ Recordemos, finalmente, que durante la noche del 6 de julio de 1988 se suspendió la información parcial sobre el conteo y la Secretaría de Gobernación adujo que “se cayó el sistema”. Hay quienes piensan que, tal como muchas encuestas lo señalaban, Cuauhtémoc Cárdenas estaba teniendo más votos que los “aceptables” para los operadores políticos en el gobierno.¹⁵⁵ Hay incluso quienes piensan que Cárdenas estaba ganando la

¹⁵³ Trejo Delarbre, Raúl (1991) “Campañas y elecciones en la prensa de la ciudad de México”, en P. Arredondo et al *Así se Calló el Sistema...*, op. cit., Cuadro 12; Sosa Plata, Gabriel (2003) “Crisol de expresiones. Radio: apertura política, mismos oligopolios”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, Año 16, Núm. 83, Sept.-Oct, Tabla 8.

¹⁵⁴ Fregoso, Gilberto (1991) “Análisis sobre la información política de la prensa de Guadalajara: la sucesión presidencial”, en P. Arredondo et al *Así se Calló el Sistema...*, op. cit.

¹⁵⁵ Gamboa Henze, Juan Carlos (1997) “Medios de comunicación, encuestas y elección presidencial: México 1994”, en Ai Camp, Roderic (comp.) *Encuestas y democracia: Opinión Pública y Apertura Política en México*. México: Siglo XXI Editores.

elección y entonces desde la Secretaría de Gobernación se habrían “arreglado” las cifras cuando se “cayó el sistema”. El caso es que el principio de realidad, marcado por la larga e intensa crisis económica y la deslegitimación del régimen priísta, por el descontento social del que se pudieron percibir muchos ejemplos los meses y los años anteriores al 1988,¹⁵⁶ parece haber prevalecido sobre la tendencia del favoritismo mediático hacia el PRI. Esto, incluso si no atendemos a los “rumores” mencionados y vemos solamente datos como los mostrados en el cuadro anterior, donde es claro que los medios “votaron” en mayor proporción por el PRI, que los ciudadanos.¹⁵⁷

Cuando nos preguntaron, después de las elecciones de 1988 sobre la contribución de los medios a la democracia en América Latina, nosotros contestamos que esta interrogante era igual al “problema del huevo y la gallina”.¹⁵⁸ Comparamos ahí este proceso con el de la democratización brasileña de los ochenta, cuando por ejemplo la red Globo apoyó finalmente, después de un tiempo de ignorarlo, el reclamo democrático del pueblo para lograr elecciones directas (recordemos que vivían bajo la dictadura militar desde los sesenta y setenta). Televisa en 1988 no respondió al reclamo democrático, sino hasta muchos años después y ahora sus coberturas ya no son tan francamente sesgadas a favor del PRI. Esto significa que los medios interactúan con el proceso político y que, si no responden a los reclamos masivos por el cambio, pueden comenzar a deslegitimarse e, incluso, perder económicamente como le pasó a Rede Globo cuando decidió apoyar el movimiento democratizador. En México, en 1988, la sociedad comenzó a forzar la democracia, incluso en contra de los medios (por los menos, de los electrónicos). Esto no niega que la nueva esfera pública no sea ya—y cada vez más—el espacio mediático. Una esfera pública privatizada. De cualquier manera, yo pensaría que con una estructura de control tan

¹⁵⁶ Basañez, Miguel (1990) *El Pulso de los Sexenios. 20 Años de Crisis en México*, op.cit.

¹⁵⁷ Aclaremos que esta es una presentación muy simplificada y esquemática. Para análisis más completos, ver P. Arredondo, G. Fregoso y R. Trejo (1991) *Así se Calló el Sistema. Comunicación y Elecciones en 1988*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara; Trejo Delarbre, Raúl (2001) *Mediocracia sin Mediaciones. Prensa, Televisión y Elecciones*. México: Ediciones Cal y Arena.

¹⁵⁸ Sánchez Ruiz, Enrique E. (1994) “Los medios y la democracia en América Latina: El problema del huevo y la gallina”, en *Comunicación y Sociedad*, Núm. 20, Enero-Abril. Este artículo fue originalmente una conferencia leída en Caracas, Venezuela, en 1993, y efectivamente la invitación era a contestar la pregunta sobre la aportación de los medios a la democracia.

concentrada, es más fácil que los medios sean obstáculos que ayudas al desarrollo democrático.

DE 1988 AL 2000. LOS MEDIOS Y EL LIBRE COMERCIO.

Una analista describe las relaciones entre los medios y el gobierno, a la llegada al poder de Carlos Salinas de Gortari, como de “luna de miel”:

Eran los tiempos de acelerada expansión de TELEVISIA, cuando funcionaba cual TV de gobierno, a favor del partido oficial a cambio del incondicional respaldo del régimen salinista, que en 1989 le refrendó en forma automática a la industria de radio y televisión medio millar de concesiones.¹⁵⁹

El modelo económico llamado “neoliberal”, que no se había podido profundizar durante la administración anterior, fue la principal bandera de Salinas. Sin embargo, a la “liberación” del mercado no le correspondió una liberalización política. Por esa razón, se dice que se aceleró la economía de mercado sin mucha prisa por una correspondiente democratización.¹⁶⁰ Eso significa también que, vistos principalmente como instrumentos y aliados políticos, los medios fueron liberalizados “selectivamente”, como veremos adelante. También veremos que hubo algunas modificaciones previas y posteriores a la firma y puesta en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, que en todo caso afectaron a la industria cinematográfica cuya pendiente devino más empinada y, como industria, casi desapareció. Pero de los otros medios (radio, televisión y prensa) no hubo modificaciones de estructura substanciales. Por otro lado, a pesar de la distancia que se generó después de que asumió la presidencia Ernesto Zedillo, entre éste y Salinas, con respecto a algunos medios (radio, en alguna medida prensa y cine) pensamos que en realidad hubo una gran continuidad, por lo que en esos casos expondremos en lo que sigue, lo referente a los doce años de ambas administraciones, de corrido. Por ejemplo, la radio.

En 1988, había 857 estaciones radiofónicas comerciales y 82 permisionarias. Para 1994 ya eran 1,125 concesionarias y 156 permisionarias, mientras que para el 2000 las

¹⁵⁹ Alva de la Selva, Alma Rosa (2003) “Quince años de televisión en México. De la expansión a la cúpula del poder”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, Año 16, Núm. 83, Septiembre-Octubre.

¹⁶⁰ Meyer, Lorenzo (1995) *Liberalismo Autoritario. Las Contradicciones del Sistema Político Mexicano*, op. cit.

cifras eran de 1,146 y 225 respectivamente.¹⁶¹ Si bien hay un acuerdo más o menos generalizado en que durante los últimos dos o tres lustros la radio en su función informativa ha ganado en pluralidad y apertura, especialmente en las grandes urber como la ciudad de México, Guadalajara o Monterrey,¹⁶² la estructura de control del medio no ha variado casi nada en estos años. Así, comenta Sosa Plata en un recuento de quince años:

El crecimiento de la radio y la apertura política de sus espacios informativos no tuvieron cambios importantes en su estructura de propiedad. Las nuevas frecuencias continuaron prácticamente en las mismas manos. Entre 1988 y 2003, el control de más de 70% del total de estaciones concesionadas en el país lo han tenido 10 grupos radiofónicos. Esta concentración sólo disminuyó cuatro puntos porcentuales en este período. La situación es mucho más delicada cuando advertimos que cinco de ellos han operado, administrado y sido propietarios de más de 50% de las estaciones existentes.¹⁶³

En el cuadro siguiente mostramos los principales grupos en los dos años a los que se refiere Sosa Plata en la cita anterior:

Cuadro 5
Grupos Radiodifusores en México, 1988 y 2003

Nombre	Núm. Estac.	Nombre	Núm. Estac.
1. Radorama	138	1. Radorama	190
2. Grupo ACIR	115	2. Grupo ACIR/ Corporación Mexicana de Radiodifusión	159
3. Organización Impulsora de Radio (OIR)	81	3. Radiocima	92
4. Radiodifusoras Asociadas (RASA)	65	4. Organización Impulsora de Radio (OIR)	89
5. Radio S.A.	61	5. Sociedad Mexicana de Radio (Somer)	77
6. Agentes de Radio y Televisión (ARTSA)	57	6. Promosat de México	62
7. Funcionamiento Integro de Radiodifusoras Mexicanas Enlazadas (Firmesa)	35	7. Radiodifuroras Asociadas (RASA)	57
8. Promomedios	31	8. MVS Radio	51
9. Radio Programas de México	31	9. Radiodifusoras Unidas Mexicanas (RUMSA)/ Organización Radio Fórmula	43

¹⁶¹ El dato de 1988 es de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), reportado en la *Enciclopedia de México*, versión digital (2002). Los de 1994 y 2000 se encuentran en “Estadísticas”, en la página web de la Secretaría (<http://www.sct.gob.mx>, bajadas el 13/11/2007).

¹⁶² Winocour, Rosalía (2002) *Ciudadanos Mediáticos. La Construcción de lo Público en la Radio*, op. cit.

¹⁶³ Sosa Plata, Gabriel (2003) “Radio: apertura política, mismos oligopolios. Crisol de expresiones”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, Año 16, Núm. 83, Sept./Oct., pp. 23-24.

10. Corporación Mexicana de Radiodifusión	29	10. Organización Multimedia Estrellas de Oro	38
11. Radio Ventas de Provincia (Ravepsa)	26	11. Radio, S.A.	36
12. Sociedad Mexicana de Radio (Somer)	26	12. Funcionamiento Integro de Radiodifusoras Mexicanas Enlazadas (Firmesa)	34
13. Fórmula Melódica Mexicana	22	13. Corporadio	33
14. Radio Cadena Nacional (RCN)	22	14. Direct Deal Radio	23
15. Organización Estrellas de Oro	21	15. Grupo Radiofónico Nueva Era	23
16. Organización Radio Centro	10	16. Difusoras Unidas Independientes	23
17. Medios Masivos Mexicanos	9	17. Central Trade Media	20
18. Núcleo Radio Mil	8	18. Instituto Mexicano de la Radio (IMER)	19
19. Recisa	8	19. Grupo Radio México	17
20. Eduardo Yniesta Publicidad	7	20. Radio Cadena Nacional	16
21. Radiópolis	6	21. Televisa Radio	15
22. Instituto Mexicano de la Radio (IMER)	6	22. Grupo Radio Centro	11
23. Radio Fórmula	6	23. Grupo Radio Alegría	11
24. Radiocima	5	24. Grupo Siete Comunicaciones	8
25. Difusoras Unidas Independientes (Difusa)	4	25. Grupo ACIR (Cd. México)	7
26. Radio Sagitario del Sur	2	26. Núcleo Radio Mil (NRM Comunicaciones)	6
27. Representaciones Comerciales Internas	2	27. Publicistas en Radiodifusión (Pradsa)	5
28. Prensa Nacional Asociados	1	28. Radio Ventas de Provincia (Ravepsa)	3
29. Promociones Radiofónicas	1	29. Imagen	2
30. Sistema Radiofónico Nacional	1		
31. Teleradio	1		

Fuente: Sosa Plata, Gabriel (2003), Tablas 3 y 4.

Esta concentración, y tal permanencia de unos pocos grupos en el control, no obstante que la radio ha ido siendo cada vez menos negocio, por lo que durante el decenio de los noventa ocurrieron muchos movimientos de fusiones, adquisiciones, alianzas estratégicas entre grupos, experimentos y cambios en la programación de las estaciones, etc. Estos reajustes se intensificaron a raíz de la crisis de 1995 (los “errores de diciembre”). Sin embargo, como vemos han sido prácticamente los mismos grupos los que siguen concentrando el control del medio. En el Cuadro 6 se puede corroborar que durante

la segunda mitad de los noventa, al único medio al que parece haberle ido mejor fue a la televisión, a costa de la porción del pastel que les tocaba a la radio, la prensa y las revistas, misma que de por sí no era considerable. Hacia el principio del nuevo siglo disminuye un poco el “share” de la tele, sin ser tampoco un gran decremento.

Cuadro 6
Inversión Publicitaria de la Iniciativa Privada
México, 1990-2002
(Porcentajes del Total)

Año	TV	Radio	Prensa	Revistas	Otros	Internet
1990	64	12	13	7	4	ND
1991	64	13	13	7	3	ND
1992	62	12	10	6	10	ND
1993	66	12	10	6	5	ND
1994	65	12	10	6	7	ND
1995	74	9	7	4	6	ND
1996	75	9	7	4	5	ND
1997	74	10	7	4	5	ND
1998	75	10	6	4	5	ND
1999	75	10	6	4	4	1
2000	74	10	6	4	4	2
2001	72	11	7	5	4	1
2002	71	11	8	5	4	1

Fuente: Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP)
http://www.amap.com.mx/images/pdf/invpub_1990-2003.gif (13/11/2007)

Ahora, la aparente apertura de la radio durante los noventa pudo haberse debido, en parte, a la búsqueda y experimentación programática a que se vieron obligados los concesionarios por la crisis. Obviamente, se trataba también en parte de responder a una ciudadanía (los *consumidores* que se vendían “por cabeza”—es decir mediante el “costo por millar”—a publicistas y anunciantes) cada vez más más exigente, participativa y crítica.¹⁶⁴ Sin embargo, menciona Sosa Plata que “La apertura de la radio no fue una nueva actitud exenta de obstáculos” y menciona casos de comentaristas y conductores echados de su labor, en virtud de que abrieron los micrófonos a “personajes que no coincidían con las

¹⁶⁴ Winocour, Rosalía (2002) *Ciudadanos Mediáticos. La Construcción de lo Público en la Radio*, op. cit.

preferencias partidistas de los dueños de las estaciones o de algunos funcionarios del gobierno, o bien por sus opiniones políticas”, y da algunos ejemplos;

Miguel Ángel Granados Chapa fue destituido de su cargo en Radio Mil por entrevistar a Cuauhtémoc Cárdenas en 1993; Enrique Quintana tuvo que despedirse de su programa en Stéreo Cien por entrevistar en agosto de 1994 a Eduardo Valle, El Búho; José Cárdenas salió de Radio ACIR por dar a conocer la aparición del Ejército Popular Revolucionario en julio de 1996; Lorenzo Meyer ya no fue invitado a participar en el noticiario Para Empezar por cuestionar, en 1997, la participación del presidente Ernesto Zedillo en la ceremonia de toma de protesta de los candidatos del PRI en las elecciones de ese año, entre muchos casos más¹⁶⁵

Nuevamente, a los medios mexicanos se les ha ido forzando el proceso de democratización, la apertura y el pluralismo, en virtud de que teníamos una historia muy larga de control gubernamental.

A LA SOMBRA DEL TLCAN.

Posiblemente la “gran obra”¹⁶⁶ de la administración de Carlos Salinas de Gortari haya sido la negociación y firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Ahora, si bien hay algunas repercusiones más o menos claras del TLCAN sobre el devenir de los medios durante el tiempo que ha transcurrido, nosotros creemos que mucho de lo que ha sucedido en los últimos años a/con/por los medios de comunicación se ha debido, más que a efectos del TLCAN propiamente, a la aceleración y refuerzo de tendencias previas, al proceso de “neoliberalización” de la economía mexicana: Es decir, a una política económica que ya se estaba instrumentando y de la cual el Tratado fue una parte fundamental.¹⁶⁷ Por ejemplo, con respecto a las industrias culturales audiovisuales, a la privatización, liberalización y apertura de mercados que ya habían comenzado, deberíamos añadir otros cambios, como: la modernización, adopción y generalización de nuevas tecnologías de producción y también de distribución de señales que no comenzaron, sino

¹⁶⁵ Sosa Plata, Gabriel (2003) “Radio: apertura política, mismos oligopolios. Crisol de expresiones”, op. cit., Pág. 26.

¹⁶⁶ Me refiero a su propia perspectiva.

¹⁶⁷ Sánchez Ruiz, Enrique E. (2001) “Globalization, Cultural Industries and Free Trade: The Mexican audiovisual sector in the NAFTA age”, en V. Mosco y D. Schiller (eds.) *Continental Order? Integrating North America for Cybercapitalism*. Lanham (E.U.) Rowman & Littlefield Publishers.

que se aceleraron con el entorno del TLCAN. Así, por ejemplo la televisión de paga (el cable, el satélite y el MMDS¹⁶⁸) se expandieron rápidamente a nivel mundial durante los noventa y por lo tanto se han desarrollado en México tanto como en todos lados (aunque obviamente de manera desigual),¹⁶⁹ aunque, sí, aceleradas por el proceso de globalización del país. Entonces, vemos un proceso de modernización tecnológica comenzando a ocurrir antes del TLC, acelerarse y producir cambios ulteriores. En el caso del cine, las nuevas salas múltiplex cuya introducción ocurrió a mediados de los noventa, produjo una recuperación significativa del negocio de la exhibición, al igual que en todo el mundo. Es pertinente añadir que las películas se han convertido en el principal “programa televisivo” en las modalidades de TV de paga y en la televisión “normal” son también uno de los dos principales programas (en términos cuantitativos).¹⁷⁰ Entonces, el hecho de que México haya incrementado sus importaciones de películas no necesariamente se debe al TLC en sí mismo, sino, en una cierta medida, a la demanda que el desarrollo de la TV de paga ha generado.

Sin embargo, hay diversas acciones que se efectuaron en preparación del TLCAN, con respecto a los medios. En primer lugar, el que el gobierno salinista haya impulsado el desarrollo tecnológico en los medios electrónicos se puede pensar como un estímulo a la competitividad.¹⁷¹ Pero, todavía más claramente, tenía dedicatoria para el TLCAN la—entonces—nueva Ley de la Industria Cinematográfica de 1992, que sustituyó la ley de 1941, altamente proteccionista (en la letra, por lo menos), la cual por ejemplo determinaba que el 50% de lo que se exhibiera en las salas cinematográficas debía ser producción nacional. La nueva ley reducía la cuota de pantalla para el cine mexicano a 30% en 1993, disminuyendo cinco por ciento cada año hasta llegar al 10% en 1997. La ley correspondiente de radio y televisión no sufrió modificaciones, pero la reglamentación de la

¹⁶⁸ “*Multi-point Multi-Channel Distribution System*”, como Multivisión.

¹⁶⁹ Sánchez Ruiz, *Ibid.*

¹⁷⁰ Sánchez Ruiz, Enrique E. (2000) “Mercados globales, nacionales y regionales en los flujos de programación televisiva: Un acercamiento al caso mexicano”, en F. Hernández Lomelí y E. Sánchez Ruiz *Televisión y Mercados. Una perspectiva mexicana*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

¹⁷¹ Mejía Barquera, Fernando (s/f) “Historia mínima de la radio mexicana”, *op. cit.*

televisión por cable se modificó para permitir el 49% de participación accionaria a socios extranjeros.¹⁷²

Otra acción importante que ocurrió fue la disminución considerable de la participación gubernamental en los medios, cuando se puso en venta el llamado “paquete de medios” en 1992, que culminó en 1993 con la privatización de la empresa televisiva Imevisión, “reconvertida” para fines de la privatización en TV Azteca. El paquete incluía la Compañía Operadora de Teatros, que llegó a ser la mayor cadena de exhibición cinematográfica en el país—y la que principalmente programaba las películas nacionales—, los estudios América y el periódico *El Nacional*. Al Canal 22 del Distrito Federal lo salvaron de la privatización un copioso grupo de intelectuales, que firmaron un desplegado periodístico para tal efecto. Salinas de Gortari “graciosamente” les concedió que el 22 se dedicara a la cultura por televisión.

CRISIS DE PELÍCULA.

La “liberalización” de la industria cinematográfica alcanzó una culminación y formalización legal con la Ley Federal de Cinematografía de 1992, cuyo proyecto fue enviado por Carlos Salinas de Gortari el 19 de noviembre de ese año y la cual fue aprobada, prácticamente sin discusión y con la ausencia del PRD, el 14 de diciembre de 1992 por la Cámara de Senadores y con la oposición del mismo partido el 22 de diciembre por la de Diputados. Gentes de la comunidad cinematográfica y de la oposición criticaron la nueva legislación “por fomentar y fortalecer los monopolios y abrir el mercado nacional al cine extranjero”.¹⁷³ En 1992 desapareció, por bancarrota, la distribuidora mixta—privada/estatal—Películas Nacionales (principal distribuidora de filmes mexicanos) y al año siguiente fue privatizada la ya para entonces “disminuida” Operadora de Teatros (COTSA), que exhibía una proporción considerable de cine mexicano.

Curiosamente, al mismo tiempo que la política económica neoliberal, incluyendo la firma de TLCAN, estaría llevando a la industria fílmica a una eventual agudización de su

¹⁷² Sánchez Ruiz, Enrique E. (2001) “Globalization, Cultural Industries and Free Trade: The Mexican audiovisual sector in the NAFTA age”, op cit.

¹⁷³ De la Vega Alfaro, Eduardo (1995) “La política cinematográfica del régimen salinista”, en **Signos** Núm. 11, Enero de 1995.

crisis,¹⁷⁴ se han hecho algunas evaluaciones más o menos positivas de la gestión de Ignacio Durán Loera en la dirección del Imcine durante el período salinista.¹⁷⁵ En realidad, como industria, la cinematográfica ha estado siendo devastada por la crisis, que se ha ido agudizando durante el último decenio.¹⁷⁶ Y no hay duda, la crisis industrial cinematográfica ha sido producida por las políticas neoliberales, que ya cambiaron cualquier tipo de acercamiento nacionalista—en general, no sólo respecto al cine—por el eficientismo del mercado¹⁷⁷ (“si no genera demanda, es decir, *si no vende*, no es eficiente”), además de las propias crisis económicas más amplias, como la de 1995. Pero dentro de los límites impuestos por ese acercamiento de política pública—que considera la acción gubernamental como un “estorbo”—al funcionamiento del mercado, y que en consecuencia ya no reconoce al patriotismo un lugar central en las tareas de gobierno, sino que parte de un fundamentalismo del mercado que finalmente equivale a la ley de la selva, o a la sobrevivencia del más fuerte, el Instituto Mexicano de Cinematografía tuvo una actuación modesta pero decorosa durante el salinato.

Un análisis del período encuentra seis logros:¹⁷⁸

- 1) El uso intensivo de las coproducciones.
- 2) “... las empresas consideradas ineficientes o inviables financieramente fueron privatizadas, o cerradas”.¹⁷⁹

174. Véanse los trabajos de Marcela Fernández Violante (“La exhibición cinematográfica: Espejo de un imperio”), Víctor Ugalde (“El TLC: La otra conquista”) y Enrique E. Sánchez Ruiz (“Los medios audiovisuales mexicanos, a cinco años del Tratado de Libre Comercio de América del Norte”) en v.v.a.a. (2000) *Industrias Culturales y TLC. Impactos y retos de la apertura*. México: SOGEM/RMALC/Fronteras Comunes. Ver también: Dávalos, Federico (1995) “Notas sobre las condiciones actuales de la industria cinematográfica mexicana”, en D. Covi (coord.) *Desarrollo de las Industrias Audiovisuales en México y Canadá*. México: UNAM.

175. De la Vega Alfaro, Eduardo (1995) “La política cinematográfica del régimen salinista”, op. cit.; De la Mora, Sergio (2000) “Packaging Mexico: The politics of Mexican film culture in the NAFTA era”, op. cit.; Ver también Maciel, David (1995) “Mexican cinema in the ‘90s”, en *Current Trends* (<http://www.sdlatinofilm.com/trends8.html>, bajado el 08/08/02) (originalmente publicado en el programa del “Cine Estudiantil: Chicano/Latino & Native Student Film & Video Festival, San Diego, Calif., 1995).

176. Sánchez Ruiz, Enrique E. (1998) “El cine mexicano y la globalización: contracción, concentración e intercambio desigual”, en Burton-Carvajal, Julianne et al (comps.) *Horizontes del segundo siglo. Investigación y pedagogía del cine mexicano, latinoamericano y chicano*. México: Universidad de Guadalajara/Imcine.

177. El cual tampoco en realidad funciona “solito”. Sobre los cambios del “nacionalismo revolucionario” al neoliberalismo y a la “condición postmexicana”, ver Meyer, Lorenzo (1995) *Liberalismo Autoritario. Las contradicciones del sistema político mexicano*. México: Océano; Bartra, Roger (1999) *La sangre y la tinta. Ensayos sobre la condición postmexicana*. México: Océano.

178. Lo que sigue no es una cita textual. Se le da formato diferente por fines expositivos.

- 3) Con un poco de exageración, aunque también con un poco de razón, De la Mora comenta que “el tercer logro del Imcine ha sido atraer a las audiencias Mexicanas e internacionales, particularmente en Estados Unidos, de nuevo hacia las películas mexicanas”.¹⁸⁰ En realidad, fue *Como Agua Para Chocolate* el gran éxito de taquilla del período, pero lo que sí es verdad es que algunos filmes como *Danzón* de María Novaro, o *Cronos* de Guillermo del Toro, o aun *Cabeza de Vaca* de Nicolás Echevarría, tuvieron alguna atención en el llamado “mercado de especialidad” (de “arte”) en Estados Unidos. Nacionalmente, además de las recién mencionadas, *Sólo con tu pareja*, *Angel de Fuego*, *Miroslava* y *Lolo*, “pudieron colarse a los cuadros de las cintas nacionales más exitosas en sus respectivos años de estreno comercial”.¹⁸¹
- 4) El haber incorporado a tres generaciones de cineastas: miembros de las dos previas oleadas de “nuevo cine”, con la tercera, “asegurando continuidad, mientras se propiciaba la innovación. La gran inversión en la promoción de una nueva generación de cineastas egresados de las escuelas de cine se refleja en que 26 películas de las 60 que se produjeron, es decir, 46% del total de las financiadas por el estado, fueron óperas primas”.¹⁸² A lo que Eduardo de la Vega añadiría: “Los resultados obtenidos en Cannes por *Cronos* (Premio de la Crítica en 1993) y *El Héroe* de Luis Carlos Carrera (Palma de Oro al mejor cortometraje en 1994) parecieron confirmar que la apuesta del Imcine a las nuevas generaciones fue, en gran medida, acertada”.¹⁸³
- 5) El hecho de que entre los directores debutantes se hayan encontrado una proporción substancial de mujeres (12 de las 60 películas), cuatro de las cuales fueron debuts.
- 6) Y el sexto logro, que el cine mexicano haya recibido más de 130 premios y distinciones internacionales.¹⁸⁴

Personalmente nos parece que el haber propiciado la entrada de una alta proporción de directores jóvenes, y que entre éstos hubiese una buena parte de mujeres, es ya un logro bastante meritorio. El recurrir a la coproducción múltiple, para aligerar los costos de cintas caras como lo fue en su momento *Cabeza de Vaca* (que se logró con la participación de once entidades financiadoras, nacionales e internacionales),¹⁸⁵ también es un acierto de política. Y el haber “redimensionado” al sector fílmico gubernamental nos parece meritorio solamente en función de haber hecho algunas funciones más eficientemente. Sin embargo, no se pudo propiciar de manera más orgánica, integral, el despertar de la industria fílmica

179. De la Mora, Sergio (2000) “Packaging Mexico: The politics of Mexican film culture in the NAFTA era”, op. cit., Pág. 46.

180. Ibid, Pág. 46.

181. De la Vega Alfaro, Eduardo (1995) “La política cinematográfica del régimen salinista”, op. cit, Pág. 32.

182. De la Mora, Sergio (2000) “Packaging Mexico: The politics of Mexican film culture in the NAFTA era”, op. cit., Pág. 48.

183. De la Vega Alfaro, Eduardo (1995) “La política cinematográfica del régimen salinista”, op. cit, Pág. 32.

184. De la Mora, Sergio (2000) “Packaging Mexico: The politics of Mexican film culture in the NAFTA era”, op. cit., Pág. 48.

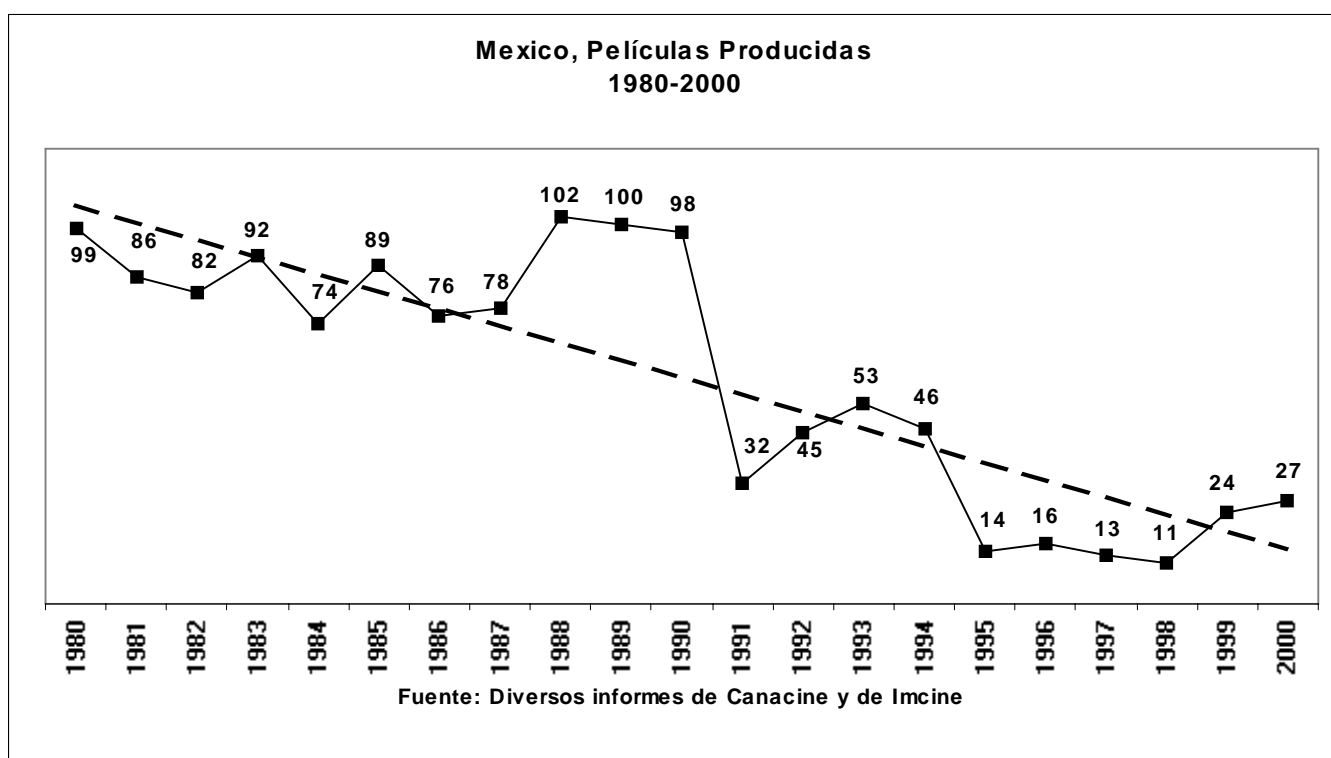
185. Sánchez Ruiz, Enrique E. (1994) “Las coproducciones en el cine mexicano”, op. cit.

como tal, puesto que el mercado no puede asignar eficientemente los recursos cuando su estructura es altamente oligopólica (además de que los principales “jugadores” son poderes transnacionales, que no entienden ni aceptan argumentos de desarrollo cultural, ni de identidades locales y nacionales—a menos que sean rentables).¹⁸⁶

Quizás otro aspecto positivo del período salinista haya sido la creación del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta) en 1988, y que en 1989 el Imcine haya pasado a ser parte de esta dependencia, “cambio administrativo que liberó al cine mexicano de una absurda tutela, la ejercida durante largos años por la Secretaría de Gobernación”.¹⁸⁷

Veamos cómo le fue al cine mexicano con el auge neoliberal, de manera sintética en dos gráficas:

Gráfica 1

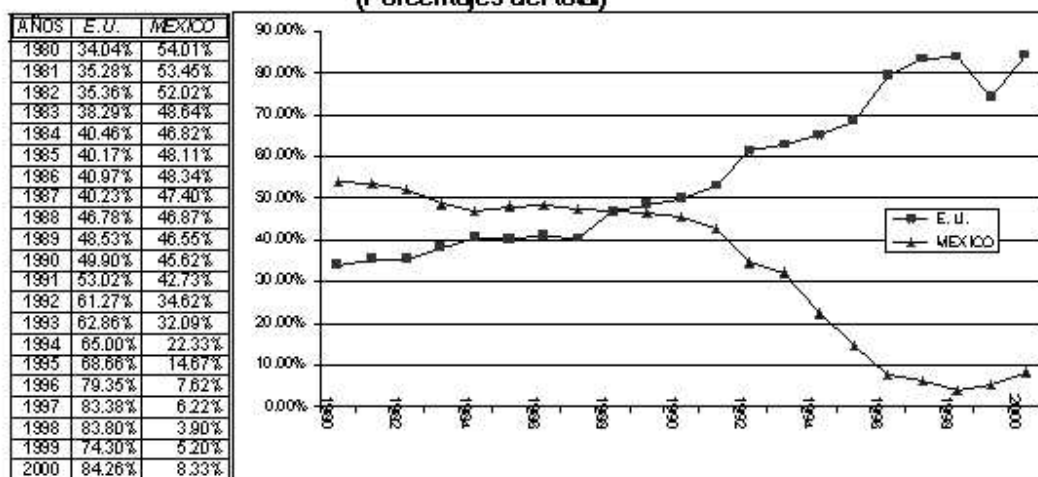


186. Sánchez Ruiz, Enrique E. (1998) “El cine mexicano y la globalización: contracción, concentración e intercambio desigual”, op. cit.

187. García Riera, Emilio (1998) *Breve historia del cine mexicano. Primer siglo, 1987-1997*. op. cit., Pág. 357.

Gráfica 2

**Películas Mexicanas y de Estados Unidos,
exhibidas en la República Mexicana, 1980-2000.
(Porcentajes del total)**



Fuente: *Estadísticas de Cultura. Cuadernos Num 1, 3, 4 y 5.*
México: INEGI, 1995, 1999, 2000, 2002.

Si durante los años ochenta hubo un promedio de casi 88 cintas por año, en el decenio siguiente la media disminuyó a 35 películas anuales, con un mínimo de once en 1998. Podemos ver el promedio también por sexenios: durante el “salinato”, México produjo 62.3 películas anuales en promedio; en el “zedillato” la producción disminuyó dramáticamente a un promedio de 17.5 cintas al año. Las películas estadounidenses siempre han sido una proporción mayor que las mexicanas—o de cualquier otra nacionalidad—en las salas de cine del país. Sin embargo, la enorme disminución en la producción mexicana se ha traducido necesariamente en un predominio casi total de las cintas de Estados Unidos, como puede verse en la Gráfica 2.

Ante el deterioro inexorable de las condiciones para la producción del cine mexicano, durante la segunda mitad de los noventa comienza a haber muestras de preocupación entre los gremios cinematográficos. Así, por ejemplo en 1997 se manifestó un movimiento de la comunidad fílmica nacional, en una marcha-mítin bajo el lema: “Mátenme porque me muero: ¿Quién asesinó al cine mexicano?”, de donde se hacían

diversas propuestas. La principal giraba alrededor de la necesidad de modificar la ley de 1992. En respuesta parcial a las demandas del sector, en diciembre 1997, se creó un Fondo para la Producción Cinematográfica de Calidad (Foprocine), a cargo del Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine), con un presupuesto base de 135 millones de pesos. Pero las respuestas gubernamentales fueron asistemáticas (es decir, no hubo una política más o menos orgánica en el sector), como resultado de cuatro cambios en la dirección del Imcine durante el gobierno de Zedillo (y posiblemente también porque el sector no se juzgaba prioritario). Es decir, no solamente no hubo continuidad con las políticas de la administración anterior (lo cual pudo ser posible, al haber continuado en la dirección de Conaculta Guillermo Tovar y de Teresa), sino que al interior mismo del período de Zedillo no se alcanzó a diseñar y menos a instrumentar ninguna política pública clara en apoyo al cine mexicano. La grave situación en que se encontraba la industria cinematográfica nacional se puede describir por tres principales rasgos: a) un proceso casi inexorable de contracción, en particular de la producción nacional; b) otro de concentración en unas pocas empresas, tanto de la producción como de la distribución y la exhibición;¹⁸⁸ y c) una acelerada transnacionalización, es decir, una cada vez mayor articulación subordinada al mercado mundial, a su vez dominado por la industria cultural más poderosa del mundo, la de Estados Unidos.¹⁸⁹

Dos de los sectores que constituyen la industria, el de la distribución y el de la exhibición, comenzaron a experimentar un repunte ante el regreso de las clases medias a los cines, motivado por la llegada en 1995 del concepto “multiplex”, con la empresa estadounidense Cinemark, a la que se unieron de inmediato la cadena mexicana más grande, Organización Ramírez (Cinépolis), y Cinemex, de capital estadounidense y mexicano, misma que luego adquirió un grupo canadiense.¹⁹⁰ Así, por ejemplo en revistas de negocios se hacían evaluaciones que atribuían un repunte “a la industria cinematográfica”, cuando en realidad la gente estaba regresando a las cómodas nuevas salas, equipadas con buen sonido y buena imagen, pero *a ver películas Hollywoodenses* en

188. Ver las gráficas 1 y 2, y los cuadros 5, 6 y 7, más adelante.

189. Sánchez Ruiz, Enrique E. (1998) “El cine mexicano y la globalización: contracción, concentración e intercambio desigual”, op. cit.

190. “Grupo canadiense compra Cinemex”, *El Financiero*, Jueves 20 de julio, 2002, Pág. 18, Secc. Negocios.

su inmensa mayoría.¹⁹¹ El sector-fuente de lo que de nacional pueda tener la industria, el de la producción, seguía en crisis. Igualmente, los sectores menos propiamente “industriales” (más bien, pertenecientes al sector servicios), de la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y del Videograma (Canacine), en la medida en que actualmente son hegemónicos en la misma, con frecuencia se ostentan como los legítimos voceros de “la industria”.¹⁹²

La situación de desmoronamiento del cine mexicano llevó a diversos grupos de la industria a buscar soluciones y hacer propuestas, como hemos visto antes. Así, entre 1995 y 1997 se promovió ante la Cámara de Diputados una iniciativa para realizar modificaciones a la Ley Federal de Cinematografía, que en principio había recibido la simpatía de los tres partidos principales (PRI, PAN, y PRD). Sin embargo, al parecer por “instrucciones presidenciales”, la fracción priísta en la Cámara de Diputados obstaculizó el dictamen de la iniciativa de ley, con lo que el período legislativo terminó sin nueva ley de cinematografía.¹⁹³ En la LVII Legislatura hubo dos personajes importantes: una, la diputada María Rojo, del PRD y presidenta de la Comisión de Cultura de la Cámara de Diputados, famosa actriz preocupada por su sector, promoviendo nuevamente la iniciativa de reformas a la Ley; y apoyando la misma, el diputado Javier Corral, del PAN (que encabezaba la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía), quien por su parte promovía cambios a la legislación en materia de radio y televisión. Se organizaron varios foros en los que se analizaron las propuestas existentes y la situación del cine mexicano, que en alguna medida culminaron con el Simposio “Los que no somos Hollywood”, organizado a fines de septiembre de 1998 en la Cámara de Diputados, por María Rojo. Al mismo tiempo, una comisión encabezada por la cineasta Marcela Fernández Violante, secretaria general del Sindicato de Trabajadores de la Producción Cinematográfica, redactó la iniciativa que presentó la diputada Rojo ante la Cámara.¹⁹⁴

191. Ver por ejemplo: “El arte del séptimo arte”, en *Alto Nivel*, Año 9, Núm. 106, Junio de 1997.

192. Y los propios medios cometen el error también. Ver por ejemplo: Becerril, Isabel (1998) “Rechaza la industria del cine modificaciones a la ley federal”, *El Financiero*, 24 de septiembre, Secc. Negocios, Pág. 22. En realidad, “la industria” no hablaba a nombre del sector de la producción, minoritario en la Cámara.

193. Fernández Violante, Marcela (2000) “La exhibición cinematográfica: espejo de un imperio”, op. cit.

194. Rivera J., Héctor (1998) “Refuta Marcela Fernández Violante la acusación de marginar a Canacine en el anteproyecto de la nueva ley cinematográfica”, en *Proceso*, Núm. 1118, 5 de abril.

En contra de los interesados en promover la reforma a la ley “se movilizaron los intereses económicos de las empresas norteamericanas”:

... la Motion Pictures [sic] Association (MPA) a través de las compañías dependientes de su material como son las empresas de la exhibición (Cinemex, Cinemark y Organización Ramírez), de la distribución (Film Board y Video Board) y de la televisión (TELEVISA y TVAZTECA) (Sic) así como las empresas de doblaje y sus trabajadores, cabildaron en contra del proyecto presentado por la comunidad cinematográfica a la Comisión de Cultura de la legislatura 57.¹⁹⁵

Durante 1998 hubo grandes debates en los que, por los intereses encontrados que ya señalamos antes, los distribuidores y los exhibidores se enfrentaron a los productores (y actores, directores, guionistas, técnicos, etc.) en relación con tres temas incluidos en la iniciativa:

1. Mantener la prohibición del doblaje al español de cintas extranjeras para su proyección en salas cinematográficas, excepto en el caso de películas para público infantil y documentales educativos.
2. La restitución de un diez por ciento de tiempo de pantalla para las películas mexicanas, en todas las salas de cine del país.
3. La creación de un fondo de fomento a la industria cinematográfica financiado, en parte, con un cinco por ciento de la taquilla.¹⁹⁶

Después de cabildos por las partes interesadas, controversias en los medios de difusión, etcétera, el 13 de diciembre se aprobó la ley en la Cámara de Diputados,¹⁹⁷ aunque dos días después el Senado modificó—a instancias de la fracción priísta—varios de los aspectos clave.¹⁹⁸ No obstante, el “espíritu” de impulso al cine mexicano más o menos permaneció.¹⁹⁹ La ley fue publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 5 de enero de 1999. La cuestión del doblaje se mantuvo tal como estaba ya en el artículo 8 de la Ley del

195. Ugalde, Víctor (2000) “Una nueva ley ¿Una nueva industria?”, en *Debates*, Noviembre (bajado de: <http://www.francia.org.mx/debates/noviembre/leydecine.htm-biovu> el 23/04/01), Pág. 2.

196. Fernández Violante, Marcela (2000) “La exhibición cinematográfica: espejo de un imperio”, op. cit., Pág. 111.

197. Peguero, Raquel (1998) “Quedó listo el dictamen sobre la Ley Federal de Cinematografía”, en *La Jornada*, 13 de diciembre; “Aprobaron la nueva ley de cine”, en *Público*, 14 de diciembre de 1998, Secc. Arte y Gente, Pág. 10; Cacho López, Yalín (1998) “Optimismo de productores por la nueva ley de cine”, en *El Financiero*, 15 de diciembre, Secc. Negocios, Pág. 44.

198. Camargo, Jorge (1998) “Regresa Senado Ley sobre cine”, en *Mural*, 16 de diciembre, Secc. Nacional, Pág. 2; Sutter, Mary (1999) “Mexican Senate alters film law”, en *Variety* 4 de enero (bajado de <http://www.finarticles.com>, el 18/05/01).

199. Ugalde, Víctor (2000) “Una nueva ley ¿Una nueva industria?”, op. cit.

92, pero al cabo de los meses, las empresas distribuidoras transnacionales (United International Pictures, 20th Century Fox, Buena Vista/Columbia-TriStar), se ampararon ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación,²⁰⁰ la cual falló a su favor, en términos de “libertad de comercio” y de “igualdad”.²⁰¹ Con respecto a la cuota del diez por ciento, el Senado ya había suavizado esta disposición al haberle añadido al Artículo 19 el párrafo: “... salvo lo dispuesto en los tratados internacionales en los cuales México no haya hecho reservas de tiempo de pantalla”, con lo cual éste artículo no podía sustraerse al TLCAN. Y con respecto al Fondo de Inversión y Estímulos al Cine (Fidecine), efectivamente se creó, junto con un Fideicomiso correspondiente, aunque las fuentes ya no fueron las originalmente propuestas, y los montos se dejaron indefinidos, abiertos a la discreción del ejecutivo. Muchos aspectos operativos de la nueva ley se dejaron dependientes de la promulgación del respectivo reglamento, que duró dos años en ser elaborado. Se ha dicho, pero sin pruebas directas, que Zedillo congeló el proceso de elaboración del reglamento gracias al cabileo directo—y efectivo—de Jack Valenti, presidente de la Motion Picture Association (MPA).²⁰² En suma, la administración Zedillista dejó la responsabilidad al gobierno siguiente.

El Reglamento de la Ley Federal de Cinematografía se publicó el 28 de marzo de 2001, ya con el nuevo gobierno de Vicente Fox. Si bien en éste se hacen algunas precisiones operativas, en relación con varios aspectos como el Fidecine, el problema es que sigue sin delinearse una política más completa, integral, sistemática y explícita de fomento al cine nacional. Por ejemplo, en varios artículos de la Ley (14 y del 31 al 33), se deja al arbitrio del poder ejecutivo federal (Secretaría de Hacienda, SEP) que se dictaminen una serie de estímulos económicos e incentivos fiscales para promover el cine mexicano; en el Reglamento no hay alguna mayor especificación. Por lo tanto, sigue quedando al arbitrio

200. García Bermejo, Carmen (1999) “Distribuidoras de películas se amparan contra la ley de cine”, en *El Financiero*, 15 de septiembre, secc. Cultural, Pág. 56.

201. “La Suprema Corte autorizó el doblaje de películas. No habrá represalias contra las empresas”, en *Público*, 8 de marzo de 2000. Ver. Coria, José Felipe (2000) “La SCJN mata al cine”, en *El Financiero*, 13 de marzo, Secc. Cultural, Pág. 103.

202. Hernández, Jesús (1999) “Ernesto Zedillo recibirá a embajador hollywoodense. Visita de Estado de Jack Valenti, presidente de la MPA”, *El Financiero*, 20 de julio, Secc. Negocios, Pág. 28; Hernández, Jesús (1999b) “México bajo la lupa. La Motion Picture Association, entre el espionaje y la diplomacia”, *El Financiero*, 16 de enero, Pág. 48.

de la voluntad política del gobernante en turno el que se establezcan y apliquen estos estímulos e incentivos.

HACIA LA GUERRA DE LAS TELEVISORAS.

Cuando el gobierno mexicano anunció en 1991 que pondría a la venta sus redes televisivas, algunos grupos que ya tenían alguna experiencia en el negocio de los medios electrónicos hicieron propuestas de compra. Sin embargo, el grupo ganador --el que hizo la mejor oferta monetaria, por 643 millones de dólares-- no tenía ningún contacto previo con la industria cultural. El principal socio de Radio Televisora del Centro, empresa propietaria de Televisión Azteca, el señor Ricardo Salinas, provenía de una familia con tradición comercial en el ramo de los electrodomésticos, sin ningún antecedente en la industria audiovisual. Fue un poco extraña la decisión gubernamental, en la medida en que se suponía que entre los factores a tomar en consideración para otorgar el “paquete” de medios,²⁰³ era la experiencia previa, con el fin de propiciar un ambiente competitivo, en particular en la industria televisiva.²⁰⁴ También extrañamente, al tiempo en que el Estado mexicano vendía sus dos redes de Televisión Azteca a Radio Televisora del Centro, otorgó a Televisa un “paquete” de 62 concesiones para estaciones televisoras en diversas partes del país, que servirán para crear una nueva red nacional a partir del Canal 9 capitalino de esta empresa.²⁰⁵ En este sentido, por lo menos en el corto plazo se estimaba que Televisión Azteca no haría demasiada mella en el gigante corporativo mexicano de medios de difusión. Por otra parte, la decisión inicial de Televisión Azteca de reducir la producción y operar principalmente como empresa programadora pudo ser positiva, en la medida en que hasta la fecha existen muy pocas compañías de producción para la televisión. Así, por ejemplo Victor Hugo O'Farrill, hijo de quien fuera uno de los principales accionistas de Televisa, organizó en asociación con la empresa Estadounidense Telemundo una unidad de

²⁰³ Que incluía, además de los canales 7 y 13 de la ciudad de México y sus respectivas redes de repetidoras, una cadena de 121 salas cinematográficas, los Estudios América, para producción fílmica, y el periódico *El Nacional*, que finalmente no fue adquirido con el resto.

²⁰⁴ De hecho se dice que recibieron información y ayuda de Raúl Salinas, hermano del entonces presidente de México Carlos Salinas de Gortari (quienes, por cierto, no tienen parentesco con Ricardo Salinas Pliego). Lo que sí fue un hecho comprobado, es que Raúl Salinas hizo un préstamo por 29 millones de dólares a Ricardo Salinas, destinado a la adquisición de TV Azteca ("Préstamo de 29 mdd para la compra de TV Azteca", *El Financiero*, 2 de Noviembre de 1997, Sección Economía, pag. 5.).

²⁰⁵ En este caso, se trataría de una suerte de "premio de consolación" a Televisa, que durante tantos años se comportó como fiel aliado de los gobiernos del PRI.

producción de telenovelas y series, algunas de las cuales se han transmitido también por los canales de Televisión Azteca. Pero ha sido la empresa de video independiente Argos, propiedad de los periodistas Epigmenio Ibarra y Carlos Payán, la que tuvo algunos éxitos espectaculares, al haber coproducido con TV Azteca, entre otros programas, telenovelas con temas novedosos como la corrupción política (Nada Personal) o la infidelidad matrimonial²⁰⁶ (Mirada de Mujer). En un principio, la competencia de Televisa tuvo que importar una alta proporción de sus programas, como telenovelas brasileñas, colombianas y venezolanas, así como series norteamericanas. Sin embargo, a partir de 1996 ha incrementado de manera considerable su producción propia, pasando a cubrir, según datos que ellos mismos proporcionan, del 36% del tiempo de mayor audiencia en 1995, al 75% en 1996 y al 85% en 1997.²⁰⁷ De igual manera, la empresa invirtió en expandir la señal: si bien en 1993 las dos redes de Televisión Azteca (que en ese momento transmitían exactamente la misma programación) llegaban a duras penas a no más de 50% del territorio nacional, después de algunas inversiones adicionales para 1998 el Canal 13 cubría ya el 97% y el Canal 7 el 95%. Esto se tradujo en un incremento en la proporción del público que atiende las señales de TV Azteca, al igual que en el "share" del pastel publicitario: según la propia empresa, la combinación de audiencia promedio consolidada en el horario estelar de lunes a viernes se incrementó a 35% en 1997, de 28% en 1996 y 9% en 1993.²⁰⁸ Correspondientemente, de 18 anunciantes con que contaba en 1993, para 1997 su cartera de clientes fluctuaba entre 250 y 270,²⁰⁹ lo que ha significado el paso del 11% del gasto publicitario en televisión para 1994, 15% en 1995, 23% en 1996 y 34% en 1997. Para 1998, amenazaba Ricardo Salinas Pliego con ir por el 40% del total.²¹⁰ De hecho, los años 1996 y

²⁰⁶ Lo novedoso en este caso está en que la protagonista femenina "le paga" al marido infiel, enamorándose de alguien bastante más joven que ella, lo cual trajo algunas protestas de sectores conservadores de la sociedad. La telenovela que siguió a **Mirada de Mujer**, narra la historia de un sacerdote que es "tentado por el amor" de una bella y sensual mujer. También en este caso hubo manifestaciones de protesta, que incluyeron a algunos voceros del clero católico.

²⁰⁷ <http://www.tvazteca.com.mx> (04/04/98).

²⁰⁸ <http://200.23.224.1/informe/result4es/index4es.htm> (06/04/98)

²⁰⁹ *El Financiero*, 6 de Octubre de 1997, pag. 20.

²¹⁰ "... este año la empresa invertirá cien millones de dólares en producción propia y pretende captar 40 por ciento del total de los anunciantes" (*El Financiero*, 1o. de abril de 1998, pag. 20).

1997 fueron excelentes para TV Azteca, la cual pasó de un valor de adquisición en 1993 de 643 millones de dólares, a “un valor superior a tres mil 500 millones de dólares”.²¹¹

En esos años, TV Azteca parecía querer seguir los pasos de Televisa hacia el resto del mundo de habla hispana (paradójicamente en un momento en el que, Televisa estaba desinvirtiendo de muchos de sus intereses en el exterior). Así, podía uno leer en la página web de TV Azteca:

En 1997 TV Azteca adquirió canales en Chile, El Salvador y Guatemala. La Compañía ha indicado que se encuentra activamente en busca de adquirir más televisoras en América Latina para distribuir la programación producida internamente por TV Azteca en el mundo de habla hispana.

“Ahora que tenemos un inventario considerable de programas, es importante desarrollar formas para impulsar este activo a otros mercados”, comentó el señor Salinas Pliego. “Nuestra Meta es televisar programas producidos por TV Azteca a través de una red de compañías de televisión desde Toronto hasta Tierra de Fuego --compañías que sean tanto propiedad de nosotros o aliadas a nosotros. TV Azteca recibirá una porción de la venta de publicidad a cambio de nuestra programación...”

“Nuestros programas producidos internamente nos permiten competir con efectividad no solamente para la audiencia de televisión en México, sino también para los 310 millones de hispano parlantes en todo el mundo”, comentó Salinas Pliego.²¹²

Además, los Salinas Pliego aprovechan para extender sus tiendas de electrodomésticos Elektra a todas aquellos países a donde llegaban con su señal televisiva y sus programas. Pero asimismo, TV Azteca seguía los pasos de Televisa en términos de sus procesos de integración horizontal y vertical, y de su diversificación. Así, convirtió los Estudios Churubusco en Azteca Digital, empresa productora de telenovelas (y anunció la eventual apertura de una productora de cine). Además, creó su propia compañía de discos, Azteca Music, donde graban los temas de sus telenovelas artistas famosos como el

²¹¹ "TV-Azteca abandona el estigma de ser negocio de pantalla", *El Financiero*, 11 de Febrero de 1988, pag. 18.

²¹² <http://200.23.224.1/informe/result4es7index4es.htm> (06/04/98), Pág. 1. Es el texto de un boletín de prensa, por eso tiene citas dentro de la cita. (El comentario es a algún corrector que quiera corregir la cita, que es textual).

compositor Armando Manzanero.²¹³ TV Azteca es además accionista de los equipos de fútbol Veracruz y Morelia, y tiene participación en Telecasa, empresa de telemercadeo.²¹⁴

Con estrategias agresivas y alguna dosis de creatividad, la nueva empresa, dirigida por Ricardo Salinas Pliego, ha enfrentado al poderoso consorcio multimedia; con estrategias que a veces se antojan camaleónicas, siguiendo en mucho los pasos anteriores de Televisa, incluyendo la incursión en el mercado hispanohablante de Estados Unidos. En los pocos años que tiene de vida, ha tenido que enfrentar la dura competencia de la empresa dominante en este mercado, sin desbancarla, pero logrando sobrevivir con algunos éxitos memorables, como algunas telenovelas y con el recurso a otros géneros populares, como el *reality show* “La academia”.

Como vemos, el sistema de la televisión abierta mexicana está altamente oligopolizado, pues son dos empresas las que lo dominan: Televisa posee la mitad de las estaciones televisoras (dos cadenas nacionales, una semi-nacional y una estación local en la ciudad de México); y TV Azteca, poco menos de un tercio (dos cadenas nacionales). De las 607 estaciones en el país, no llegaban a cinco por ciento las independientes y el resto eran emisoras de servicio público de los gobiernos de los estados.

Cuadro 7
Distribución de las Estaciones de Televisión
México, 1998

GRUPO	Núm. Estaciones	PORCENTAJE
Televisa	306	50.3
TV Azteca	180	29.7
Gobiernos Estatales	92	15.2
Otras	29	4.8

Fuente: Cámara de Diputados (1998) “Información Relevante sobre los Medios de Comunicación en México”. Conferencia Internacional “El Derecho a la Información en el Marco de la Reforma del Estado en México. Mayo 1998.

Parece que les ha ido bien a las televisoras, pues de los más de 2,700 millones de dólares que constituyó la inversión publicitaria en 2002, tres cuartas partes fueron para la televisión (65% abierta y casi 10% de paga). A su vez, Televisa se quedó con cerca del 70% de la parte de la TV del gasto publicitario. De acuerdo con sus propios informes, casi dos tercios de las ventas de esta corporación todavía provienen de la televisión abierta.

²¹³ "Es '96 el año de TV Azteca", en *Reforma*, Sección "Gente", pag. 7.

²¹⁴ “Hechos en el Ajusco”, en *Época*, Núm. 357, 6 de abril de 1998.

Cuadro 8			
Televisa: Ventas netas por segmento de negocios			
:	1999	2000	2001
Televisión abierta	62.6%	63.9%	63.0%
Programación para televisión restringida	2.4%	2.4%	2.5%
Licencias de programación	6.8%	7.3%	7.0%
Editoriales	10.0%	8.3%	7.9%
Distribución de publicaciones	4.5%	4.4%	4.4%
Televisión por cable	4.1%	4.5%	5.4%
Radio	1.7%	1.7%	1.2%
Otros negocios	7.9%	7.5%	8.6%
Total de ventas por segmento	100%	100%	100%
Ventas intersegmento	(1.4%)	(1.9%)	(2.6%)
Ventas netas consolidadas	98.6%	98.1%	97.4%
	\$ 18,972*	\$ 20,418*	\$ 19,665*
Fuente: Televisa (2002) <i>Informe Anual 2001</i> . México: Grupo Televisa, Pág. 5			
* 'ooo			

Entre las novedades de Televisa está la inversión de Bill Gates (Microsoft), quien mediante la Bolsa de Valores de Nueva York adquirió 7% de las acciones, sumándose a los magnates mexicanos Emilio Azcárraga (55.3%) y Carlos Slim (24.7%).²¹⁵ Este último, principal accionista de Teléfonos de México (Telmex), se había asociado con Televisa mediante la adquisición de 49% de la subsidiaria Cablevisión. Pero a nadie le queda duda de que quien controla el consorcio es Emilio Azcárraga Jean. Este último, por cierto, ha declarado su intención de obtener la ciudadanía estadounidense, con el fin de poder ampliar su participación en la empresa Univisión, la más importante de habla hispana en E.U., de la que actualmente posee un 15%. TV Azteca también ha señalado hacia el norte en sus planes de expansión, mediante su filial Azteca America, en sociedad con Papas Telecasting.²¹⁶

²¹⁵ González, Hugo (2003) "Compra Bill Gates participación en Televisa", en *Público*, 31 de julio, Secc. Negocios, Pág. 37.

²¹⁶ Mejía Barquera, Fernando (2003) "Televisa: Alta definición y doble nacionalidad", en *Público*, 4 de Julio, Secc. Tendencias, Col. "Cambio de Frecuencia", Pág. 44; Mejía Barquera, Fernando (2002) "Televisa y TV Azteca, batalla en EU", en *Público*, 27 de septiembre, Secc. Tendencias, Col. "Cambio de Frecuencia", Pág. 46.

Otras sociedades estratégicas de Televisa son con News Corp. en el sistema Sky de DTH y con el Grupo Prisa en su filial Televisa Radio.

Hace pocos años, el australiano John Sinclair, se refería a la concentración como un elemento central de la fórmula latinoamericana para una “televisión exitosa”.²¹⁷ Básicamente hay dos grandes empresas exitosas en América Latina: Una es Rede Globo, de Brasil, y la otra es Televisa. Detrás, sin restarles mérito, vienen el grupo Cisneros de Venezuela y el Grupo de El Clarín de Argentina. Hay empresas exitosas. Sin embargo, nosotros hemos encontrado que, a pesar del enorme potencial de Televisa, y en menor medida, de TV Azteca, para producir y exportar programas televisuales, México es un país deficitario en el sector audiovisual y, específicamente, en el televisivo.²¹⁸ No solamente es México un importador neto de películas cinematográficas (como prácticamente todos los países del mundo, de frente al “gigante” del audiovisual, Estados Unidos), sino también de programas de televisión, tanto de la TV abierta como—y más aun—de las modalidades de paga.²¹⁹ Ante el panorama de excesiva concentración, que tiene consecuencias tanto económicas, como políticas y culturales, nos hemos preguntado qué tan exitosa es efectivamente la televisión mexicana, en tanto *televisión nacional*. Una o dos empresas pueden tener grandes logros y presencia en el exterior, pero no necesariamente constituyen un *sector*, que a su vez posea competitividad en el mercado global, frente a los grandes jugadores del campo.

Pero regresemos por un momento a 1994. El 12 de mayo de ese año se realizó el primer debate entre candidatos a la Presidencia de la República en la historia de México, mismo que fue transmitido por radio y televisión. Los protagonistas fueron los tres candidatos más fuertes: Cuauhtémoc Cárdenas (PRD), Diego Fernández de Cevallos (PAN) y Ernesto Zedillo (PRI). “Se trata, sin duda alguna, del acontecimiento de carácter político más espectacular y emblemático vinculado con los medios electrónicos durante las

²¹⁷ Sinclair, John (1999) *Latin American Television. A Global View*. Oxford: Oxford University Press.

²¹⁸ Sánchez Ruiz, Enrique E. (2001) “Globalization, cultural industries and free trade: The Mexican audiovisual sector in the NAFTA age”, op. cit.

²¹⁹ Ibid; Sánchez Ruiz, Enrique E. (2001) “La televisión y el sector audiovisual mexicano. Breve examen de flujos desiguales”, en *Revista Universidad de Guadalajara*, Núm. 20, Otoño.

campañas proselitistas en la última década del siglo XX”.²²⁰ Cuauhtémoc Cárdenas, a su vez, alcanzó a participar en otro debate Televisivo, para las elecciones del 2000. En todos los casos, aunque no de manera tan pronunciada como en 1988, los medios continuaron favoreciendo al PRI en sus coberturas.²²¹

Por otra parte, regresando a los desarrollos de la industria cultural, donde está habiendo un relativo dinamismo es en el mercado de la televisión de paga, como se puede observar en el cuadro.

Cuadro 9
TELEVISIÓN RESTRINGIDA
Suscriptores y tasa de crecimiento
(Miles)

AÑO	TOTAL	%	TV POR CABLE	%	TV VÍA SATÉLITE	%	TV VÍA MICROONDAS	%
1994	1,500		1,188				313	
1995	1,536	2.4	1,250	5.3			286	-8.6
1996	1,686	9.8	1,450	16.0			236	-17.5
1997	1,802	6.9	1,383	-4.6	152		267	13.3
1998	2,207	22.5	1,611	16.5	308	102.3	288	7.7
1999	2,810	27.3	1,964	21.9	491	59.4	355	23.4
2000	3,239	15.3	2,225	13.3	668	36.0	346	-2.5
2001	3,675	13.5	2,478	11.4	869	30.1	329	-5.1
2002	3,819	3.9	2,536	2.3	1,020	17.4	263	-20.0

Fuente: DGTIE COFETEL. con información de las empresas.

Solamente el 18% ciento de los hogares, tienen acceso a algún tipo de televisión restringida (una penetración de 36.4 suscriptores por cada mil habitantes). A pesar de la disminución del ritmo de crecimiento que se observa para los últimos tres años, todavía les queda mucho por expandirse a las empresas del ramo, si comparamos el mercado mexicano y su potencial económico, con los de países como Argentina o Uruguay, que tienen un 50% o más de hogares con TV de paga. La tele vía microondas (MMDS) es la única que está

²²⁰ Mejía Barquera, Fernando (2000) “Política y negocio. Cambio empresarial y tecnológico”, en *Etcétera*, Núm. 400 (bajado de: <http://www.etcetera.com.mx/2000/400/mejia400.html>, el 13/11/2007), Pág. 2.

²²¹ Aceves González, Francisco de Jesús (2004) “Monitoreo de medios y democratización en América Latina. La participación ciudadana en la vigilancia de la función informativa de los medios de comunicación de masas”, en *Comunicación y Sociedad*, Nueva Época, Núm. 1, enero-junio.

decreciendo, mientras que el cable y el satélite directo al hogar (DTH) muestran tasas positivas, si bien decrecientes como ya comentamos.

De acuerdo con datos de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, hay 761 concesionarios de televisión restringida en México, divididos así: 670 de televisión por cable, 85 de MMDS y 6 de DTH (Cofetel 2003). Esto hablaría de una gran dispersión y por lo tanto de un mercado competitivo. Pero por ejemplo, en el caso del cable los concesionarios individuales están asociados con alguno de los 52 grupos existentes, de los cuales unos pocos son los dominantes (*Telemundo*, 2003). Así, la misma fuente oficial anterior nos revela cuál es la participación de mercado de los más importantes grupos empresariales en la televisión mexicana de paga, lo cual se observa en el cuadro siguiente.

Cuadro 10

TELEVISION RESTRINGIDA PARTICIPACION DE MERCADO DE LOS PRINCIPALES GRUPOS (Por suscriptores)	
TELEVISA (CABLEVISIÓN y SKY)	28%
Megacable	9%
Cablemás	8%
Grupo Galaxy Mexicana (DirecTV)	8%
MVS	6%
TELEMEDIA	3%
Televisión Internacional	3%
Acotel	3%
Grupo Cable TV	3%
Hevi	2%
Grupo TV Cable Mexicano	2%
otros	26%
FUENTE: COFETEL (2003).	

También aquí, la empresa dominante (aunque no tanto como en la TV abierta), es Televisa. Las siguientes tres empresas no llegan al 10% de participación de suscriptores cada una, lo que habla de la necesidad de equilibrar el peso de Televisa con relación al resto. Cablevisión es la principal empresa de cable, aunque opera solamente en el Distrito Federal, donde tiene el monopolio del cable, con 442 mil suscriptores. La nueva Ley Federal de Telecomunicaciones de 1995 abrió la puerta para que las cableras se convirtieran en redes públicas de telecomunicaciones, es decir, que previa reconversión

tecnológica y autorización, podrían dar servicio de telefonía, de Internet y similares. Esto explica la llegada de Bill Gates a Televisa, además de que Microsoft es la que está proveyendo el software para muchas de las empresas que ya ofrecen Internet. También se explica por qué se habla en los medios informativos de nuevas fusiones y adquisiciones por ocurrir en el campo.

La convergencia digital, que tantas expectativas abrió hace pocos años, y que despertó algunos temores en su faceta empresarial por los aparentemente acelerados movimientos de concentración,²²² no se había notado tanto en la vida cotidiana de los mexicanos y en todo caso se había aquietado un poco. Pero ahora vemos que quizá donde la veremos surgir con fuerza es por la mediación de las empresas de televisión restringida.

En promedio, 85.6% de las viviendas mexicanas disponen de televisión, con un diferencial por grados de desarrollo: por ejemplo, en el Distrito Federal y los estados de Aguascalientes, Nuevo León y Baja California, más del 95% de los hogares poseen aparatos de tele; pero estados pobres del sureste, como Chiapas y Oaxaca, no llegan al 60% de tele hogares. Quizás un signo esperanzador es que solamente once de 32 estados no llegan al promedio de tele hogares.²²³

PRENSA Y PODER EN MÉXICO.

¿Es la prensa un cuarto poder en nuestro país? Quizás apenas lo comience a ser, en la medida en que empiezan a despuntar en nuestra sociedad otros poderes (formales e informales) aparte del poder ejecutivo. Por el presidencialismo tan acentuado que vivimos durante básicamente todo el Siglo XX, en realidad el poder legislativo y el judicial prácticamente no existían, así que en realidad si no tenían casi ninguna efectividad los otros dos poderes, la prensa no era “cuarto poder”. Pero, como estaba casi en su totalidad subordinado a los gobiernos priístas, la prensa en realidad *casi* no era ningún poder. Participaba del poder casi único del ejecutivo, pero de manera subordinada, lo que muy lentamente ha ido cambiando.

Carlos Salinas de Gortari tuvo que ser congruente—aunque fuera un poco—con su credo neoliberal y durante su administración hubo intentos, cuando no simples simulacros,

²²² La fusión de Time Warner con America Online en 2000, por ejemplo.

²²³ <http://www.sct.gob.mx> (13/11/20073)

de retirar los apoyos gubernamentales a la prensa. Así, por ejemplo casi al principio del sexenio se anunció que ya no se pagarían los gastos de viaje a los reporteros que cubrirían las giras del presidente y en general, disminuyeron aparentemente los “embutes”. Dice Raúl Trejo:

No fue sino hasta ya entrados los años noventa, cuando la relativa pero sensible disminución en la publicidad del gobierno y sobre todo el surgimiento o la reorientación de periódicos que compiten para ganar lectores y no sólo gacetillas publicitarias propició una renovación de la prensa que todavía ha resultado incipiente.

Además de varios de los periódicos y revistas que ya mencionamos antes, que fueron surgiendo durante los ochenta y noventa, vale la pena mencionar el repunte, primero, hacia fines de los ochenta, del periódico regiomontano *El Norte*. Evitando—en lo posible—que sus reporteros cayeran en las prácticas corruptas comunes en el periodismo mexicano, los profesionalizó y les pagó mejor que los otros. Dependiendo menos del gobierno y más de anunciantes y lectores, *El Norte* se las arregló para ser rentable, al mismo tiempo que hacía un periodismo digno. Luego vino su “hazaña” anticentralista: estableció un nuevo periódico en 1993 en la ciudad de México: *Reforma*:

Desde los años setenta, pero sobre todo en la década siguiente, se había hecho notar en este terreno *El Norte*, publicado por la familia Junco en Monterrey desde 1922. Setenta años después dejaba de ser claramente un diario regiomontano de interés e importancia local, para proyectarse hacia la región indicada por su nombre y luego a zonas más meridionales del país. Tal expansión condujo de modo natural, en 1993, a la reversión del habitual fenómeno descentralizador. En vez de que un diario capitalino se estableciera (como lo habían hecho *El Universal* y *El Financiero*) en capitales estatales, vino de la periferia al centro *Reforma*.²²⁴

Diversos otros periódicos han surgido en los últimos años, como *La Crónica de Hoy* en la capital, así como *Milenio* “extensión capitalina del *Diario de Monterrey*, que en aquella ciudad pugnó sin éxito por igualar a *El Norte* pero consiguió abatir a *El Porvenir*”.²²⁵ Perteneciente al Grupo Multimedios Estrellas de Oro, *Milenio* adquirió en

²²⁴ Granados Chapa, Miguel Ángel (2001) “Males y (re)medios”, en *Proceso*, Edición especial de aniversario, Núm. Especial 9, 25 Aniversario, Noviembre, Pág. 81.

²²⁵ *Ibid*, Pág. 82.

Guadalajara *Público*, que al poco tiempo, en 1997, tuvo la competencia de Mural, miembro del grupo de *El Norte*.

“México es un país de muchos periódicos pero pocos lectores”, dice Raúl Trejo.²²⁶

A lo que añade:

Los periódicos diarios de circulación constante y con redacciones, colaboradores y servicios informativos estables son algo más de 300, Sin embargo, de ellos, no suman más de 50 los que se puede considerar que tienen auténtica presencia pública, local o nacional, debido a su cantidad de lectores o a su capacidad para contribuir a la definición de la agenda pública.²²⁷

Al comenzar el nuevo milenio, de acuerdo con datos publicado por la revista *Adcebra*, había 325 periódicos con una circulación de 8.3 millones de ejemplares y una circulación diaria por persona de 0.09 ejemplares. Casi una décima parte de esos impresos se publicaban en el Distrito Federal y nueve de los diez con mayor tiraje también eran capitalinos. Tlaxcala, con dos, era la entidad con menos rotativos en el país.²²⁸

Finalmente, la lectura de periódicos es una actividad más bien elitista en nuestro país y de naturaleza altamente centralista, como hemos visto a lo largo de este escrito.

COLOFÓN.

En este capítulo hemos dado un muy leve repaso a algunos sucesos que consideramos pertinentes de la historia contemporánea de los medios masivos de comunicación en México. Es mucho lo que hemos dejado de lado, pero estamos seguros de que lo que alcanzamos a incluir da una panorámica apropiada sobre el carácter exageradamente concentrado de los medios. Nosotros seguiremos insistiendo, hasta que no se nos demuestre lo contrario, que los medios no pueden ejercer una contribución apropiada y enriquecedora al proceso democrático en México, por la alta concentración en su propiedad y control. Con diferencias entre sí, pero hay una estructura básicamente oligopólica que determina el papel que pueden jugar los medios en la política nacional. Pero también hemos visto aquí que los

²²⁶ Trejo Delarbre, Raúl (2002) “Reporte sobre los medios en México – 2002”, bajado de la página web del autor: <http://raultrejo.tripod.com/ensayosmedios/reportemediosmexico2002.htm> (02/08/2004), Pág. 2.

²²⁷ Ibid.

²²⁸ “Prensa”, en *Todo México*, actualización 2001 de la *Enciclopedia de México* en CD-Rom.

medios no son “todopoderosos” y que son capaces históricamente de responder a los reclamos de mayor apertura y pluralidad que les han llegado a hacer los ciudadanos.

Por lo demás, no hacemos una conclusión más larga porque en la introducción hicimos una síntesis de los hallazgos en términos de las principales tendencias en esta historia contemporánea de los medios en México. Por otra parte, seguramente en las historias que se escriban dentro de diez o veinte años, tomará un lugar más importante la Internet y las posibilidades de convergencia que la digitalización está trayendo. Por lo pronto, por simple cuestión de espacio nosotros no alcanzamos a hacer este recuento, aunque, de nuevo, esperamos que la panorámica que acabamos de describir de una idea de algunos de los papeles y funciones y dimensiones de los medios masivos en la historia reciente de nuestro país.