32
2ej

Universidad Nacional Autónoma de México

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

Economía, Política y Prensa en México

(Década de los 80)

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A

ISABEL HERMINIA MELCHOR SANCHEZ

Asesor: LIC. RAFAEL RODRIGUEZ CASTAÑEDA

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

MEXICO, D. F. 1991

UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Indice

Introducción..... I

I. Marco teórico-conceptual..... 1
A. Clases sociales, Estado y medios de difusión colectiva en la sociedad capitalista..... 5
1. El Estado capitalista..... 5
2. Ideología y aparatos ideológicos de Estado..... 7
3. Las clases sociales..... 9
4. La industria cultural..... 11
B. Breve Caracterización del Estado mexicano..... 12

II. Conformación del bloque dominante de la burguesía en México..... 22
A. Surgimiento histórico y consolidación..... 22
1. Principales fracciones de la burguesía..... 23
2. Algunos representantes de las fracciones..... 27
B. Correlación de fuerzas y bloque dominante en la década de los 80..... 34
1. Proyecto histórico del bloque dominante..... 36
2. Nexos del bloque dominante con el capital extranjero..... 43

III. Prensa, política y sociedad en México..... 57
A. La prensa como empresa..... 57
B. La prensa como institución social..... 71
C. Vinculación de las empresas periodísticas con capital extranjero..... 84
D. Caracterización de la prensa en México..... 87

IV. La prensa mexicana en la década de los 80..... 109
A. Situación económica y política del país..... 109
1. La crisis económica..... 109
2. La crisis política..... 116
B. Efectos de la crisis en la prensa..... 118
C. Los diarios más representativos: una muestra..... 123
1. Sociedades anónimas..... 128
a. *El Universal*..... 128
b. *El Heraldo de México*..... 132
c. *El Sol de México*..... 136
d. *El Financiero*..... 143
e. *La Jornada*..... 149
2. Cooperativas..... 152
a. *EL Día* 152
b. *Excélsior*..... 155

V. Conclusiones generales..... 175
Anexos..... 183
Bibliografía..... 205

Introducción

La prensa es un medio de comunicación olvidado por los investigadores sociales en México. Existe un considerable número de trabajos sobre la radio y la televisión, pero también un vacío en el análisis de la infraestructura periodística; si se revisa el fichero de tesis de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, se verá que el número de trabajos en los que se aborda este problema no rebasa las dos docenas.

Es difícil establecer las causas de ese desinterés por el estudio de la prensa. Quizá sea un efecto de la gran depresión de la investigación en general en nuestro país, sobre todo en el campo de las ciencias sociales, a consecuencia de la crisis económica, que ha provocado reducciones en los presupuestos de las universidades. Por otro lado, la televisión parece ser el objeto de estudio que más atrae a los investigadores de los fenómenos de la comunicación. Este relegamiento podría ser también un efecto de la frustración de la reglamentación del Derecho a la Información en los últimos años de la década de los 70, proyecto que había provocado un gran interés de los investigadores en torno de los medios impresos.

Este trabajo de tesis constituye un intento por complementar los trabajos elaborados al principio de la década de los 80 respecto a la historia contemporánea de la prensa en nuestro país. El enfoque se hizo a partir de dos elementos básicos: la situación económica y política del país.

Es menester analizar la situación de la prensa a la luz de las condiciones económicas y políticas de cualquier formación social, porque éstas determinan la suerte de los medios impresos.

Los problemas aquí abordados, en consecuencia, se refieren al proceso de desarrollo económico y político de nuestro país, datos necesarios para explicarnos por qué el

proyecto económico de la clase en el poder desembocó en la crisis de la década de los 80. Se ofrece una breve sinopsis de la conformación del bloque dominante de la burguesía en México desde su surgimiento histórico y se explica cómo se han reflejado en la prensa las pugnas y reacomodos de esas fracciones de la burguesía que detentan el poder político en el país.

Lógicamente, no fueron analizados numerosos elementos particulares que inciden en las condiciones de existencia de la prensa debido a que el núcleo de este trabajo se ha circunscrito a la relación de esos grupos dominantes de la burguesía con la prensa, siempre desde el punto de vista económico y político.

Para la realización de nuestro estudio hemos partido de la hipótesis siguiente: *en la década de los 80 se acentuó la tendencia a controlar la prensa mexicana a través de mecanismos económicos, en última instancia, en detrimento del carácter político de ésta. En esa década se arraigó la concepción del periódico como empresa, porque el control de la infraestructura periodística en la ciudad de México se halla en manos de poderosos grupos empresariales, que han conferido a la información un carácter preponderantemente mercantilizado.*

Esa premisa nos obliga a analizar el doble papel de la prensa en la sociedad mexicana: sus problemas en tanto empresa que sufre las vicisitudes de la crisis económica, igual que el resto de la industria, y sus problemas en tanto institución social que participa en la esfera política del país.

Nuestro interés central radica en averiguar si hubo cambios determinantes en el bloque dominante que controla el gobierno en nuestro país en las dos sucesiones presidenciales de la década (1982 y 1988) y, de ser así, qué cambios hubo en materia política y económica y cómo se reflejaron éstos en la prensa capitalina.

Optamos por este problema de estudio, porque entre todos los medios de comunicación nos parece que la prensa es el lugar en el que se emplean los mecanismos más sofisticados de control por parte de las fuerzas reales de poder y porque quien esto escribe ha sufrido en carne propia la manipulación de que son objeto los trabajadores de la prensa. Por otro lado, la escasez de estudios sobre esta materia nos animó a realizar una investigación que brinde nuevos datos a los interesados en los cambios recientes en los diferentes diarios de la capital del país.

Durante la realización de esta investigación enfrentamos un problema: la escasez de bibliografía. Ante esa carencia recurrimos a la investigación hemerográfica, de tesis de grado y documentales. También realizamos entrevistas con investigadores y especialistas en problemas de la comunicación.

En cuanto a información sobre la estructura de propiedad de la prensa en México y los medios que se emplean para preservarla, la presente investigación está relacionado directamente con los trabajos de Fátima Fernández Christlieb (1982) y Aquiles Fuentes Fierro (1983). Damos cuenta de los escasos cambios que ha habido en la estructura de propiedad de los medios desde esas fechas y agregamos datos de dos de las empresas periodísticas más importantes surgidas en la década de los 80: *La Jornada* y *El Financiero*. En esta investigación aportamos un nuevo elemento: la situación política y económica del país en la década de los 80 y su efecto en las relaciones entre prensa y poder.

La investigación fue realizada en un lapso de 15 meses, el cual se dividió en tres etapas: cuatro meses de investigación preliminar para precisar el objeto de estudio y los alcances de éste, ocho meses de investigación de fuentes de conocimiento, y tres meses de redacción.

Este trabajo se divide en cuatro partes. En la primera se ofrece un marco teórico-conceptual en el que se explican los términos utilizados a lo largo del escrito. En el segundo

capítulo se ofrece una breve sinopsis sobre el proceso de conformación del bloque dominante de la burguesía en México, con énfasis en los grupos empresariales que han dominado la industria de la comunicación; se explica la correlación de fuerzas en la década de los 80 y los cambios en el proyecto histórico de la fracción burguesa que tomó el poder. El capítulo III ofrece un análisis sobre el desarrollo de la prensa durante el periodo analizado en el apartado precedente y en éste se detallan los lineamientos del doble carácter de la prensa, en tanto industria y en tanto institución social. En el cuarto y último capítulo se brinda información sobre la situación económica y política del país en la década de los 80 y los efectos de la crisis económica en la industria periodística. Para ilustrar la situación, se relatan los cambios relevantes ocurridos en los diarios más representativos de la capital del país y se brinda información sobre los periódicos importantes que salieron a la luz pública en esa década.

La necesidad de dividir el tiempo entre nuestro trabajo diario y la investigación de tesis fue una limitante que nos obligó a dejar de lado algunos problemas secundarios surgidos a lo largo de la investigación; consideramos que estos podrían servir de punto de partida a otros estudiantes en busca de temas de tesis: la intromisión política de gobierno en la prensa (el caso de *Unomásuno)*, los cambios en los hábitos de lectura del público por efectos de la crisis económica de los 80 y, por último, los cambios en la política de prensa del gobierno motivados por la crisis financiera.

Antes de finalizar estas líneas deseo hacer patente mi agradecimiento a mi director de tesis, licenciado Rafael Rodríguez Castañeda, por su paciencia e invaluables consejos y comentarios.

Reconocemos el carácter modesto de esta tesis y concluimos estas líneas con la aclaración de que durante el proceso de su elaboración estuvo siempre presente un propósito: el deseo de que sea útil a cualquier estudiante, investigador o institución interesados en el estudio de la prensa en México.

Ciudad de México, marzo de 1991.

I. *Marco teórico-conceptual*

A. Clases sociales, Estado y medios de difusión colectiva en la sociedad capitalista.

1. El Estado capitalista
2. Ideología y aparatos ideológicos de Estado
3. Las clases sociales
4. La industria cultural

B. Breve caracterización del Estado mexicano

I. Marco Teórico-Conceptual

Uno de los principales problemas de la comunicación en México es la falta de conciencia respecto al carácter dependiente de nuestras elaboraciones científicas. La ciencia de la comunicación es relativamente joven en nuestro país, a causa de que no es sino desde la década de los 70 cuando empieza a conformarse una amplia gama de posibilidades de estudio para los periodistas y los investigadores de los fenómenos de la comunicación.

En general, el nivel de las ciencias sociales en nuestro país está poco desarrollado, no hay gran teoría sociológica ni política, y la teoría de la comunicación prácticamente acaba de nacer. Son muy pocos los estudiosos mexicanos en esta área: Fátima Fernández Christlieb, Miguel Angel Granados Chapa, Raúl Cremoux, Gustavo Esteva, Patricia Arriaga, Javier Esteinou Madrid, Raúl Trejo Delarbre, Carola García Calderón, Florence Toussaint, entre otros, han contribuido con estudios de casos y realizado diversos artículos sobre cuestiones concretas y generales relativas a la problemática de los medios de la comunicación; quizá Esteinou Madrid es quien más se ha ocupado del aspecto teórico del estudio de los medios, a partir de la escuela de Althusser.

Algunos extranjeros también han incursionado en el estudio de los medios de comunicación en México, como Karin Bohmann, investigadora de nacionalidad alemana, quien ha hecho el estudio más reciente sobre el desarrollo histórico y contemporáneo de éstos. (1)

Es necesario señalar que en la mayoría de las ocasiones debemos recurrir a la "traducción" de la ciencia de la comunicación hecha en el extranjero a la realidad mexicana; por otro lado debemos hacer conciencia de que es necesaria la integración de una teoría propia respecto de nuestros propios medios, que nos haga entender el modo esencial de funcionamiento de los medios de comunicación, porque éstos

juegan un papel central en el proceso de desarrollo social de toda nación.

En nuestro país, algunas investigaciones de comunicación se realizan bajo la corriente teórica funcionalista, nacida en Estados Unidos. Al explicar las limitaciones de los estudios realizados bajo el sustento de esa corriente teórica, Francisco Gómezjara señala que

> El funcionalismo elimina los conceptos teóricos, limitándose a seleccionar las categorías adecuadas que cumplan principalmente el papel de elementos *clasificatorios*. Es decir, las categorías para el funcionalismo son instrumentos de clasificación del universo a estudiar. Más que preceptos teóricos, son criterios operativos para dividir y subdividir la unidad o problema estudiado. A cada una de estas divisiones o subdivisiones se les denomina *variables*, o sea los elementos constitutivos del universo. Su selección es empírica y referida preferencialmente al caso concreto de estudio (2).

La característica fundamental de los estudios realizados bajo los lineamientos del funcionalismo consiste en que consideran aislado el proceso de la comunicación:

> La descontextualización que de esta manera se produce impide, por una parte, la apreciación cabal del fenómeno que trata de estudiarse. Pero, al mismo tiempo, provoca una intencionada miopía política: los hechos de la comunicación aparecen borrosos, fuera de su contorno social, por más que sea muy nítida la configuración de los ingredientes examinados por este enfoque (3).

Para contrarrestar la influencia del funcionalismo en el estudio de la comunicación, algunos teóricos utilizan las herramientas del método materialista histórico que, a juicio de esta investigadora, nos permite abordar el estudio de los medios de comunicación de un modo más completo.

Decidimos emplear este método porque una investigación con las características propuestas en este trabajo de tesis debe cuestionar cuáles son los factores que condicionan las características del desarrollo histórico de los medios de difusión colectiva -en este caso nuestro objeto de estudio: la prensa-, así como sus formas de propiedad, su régimen

jurídico y el contenido político e ideológico de sus mensajes. También debemos preguntarnos qué lugar ocupan los medios de comunicación dentro de los proyectos políticos de las clases sociales en un Estado capitalista con las características que presenta el de México.

Para responder esos planteamientos el Materialismo Histórico nos permite concebir una idea directriz: junto al desarrollo tecnológico de los medios de difusión colectiva, es necesario estudiar otro tipo de desarrollo que es el que, de manera directa, define sus características políticas, es decir, a qué intereses sirven estos medios en determinada sociedad, cómo son utilizados y cuál es su relación con los proyectos de las clases sociales y las fracciones hegemónicas de éstas, así como con el Estado.

Esto implica estudiar la relación de los medios masivos con el conjunto de la estructura económica de la sociedad mexicana, atendiendo de manera especial el papel que desarrollan éstos dentro del proceso de reproducción del capital social y de la ideología. También requiere examinar la estructura de clases, las manifestaciones políticas que ésta genera y su relación con los medios de difusión colectiva en general y de la prensa en particular, es decir, el papel concreto de los medios en la lucha política.

Por otra parte, debemos tener presente que en el modo de producción capitalista el primer factor que determina prioritariamente la función ideológica que desempeñan los aparatos de difusión de masas, es su propiedad jurídica, ya que es a través de ésta que los propietarios obtienen el derecho de usar, gozar o disponer ampliamente de los medios, según sean sus intereses y necesidades de renovación material.

Javier Esteinou Madrid considera que, en términos generales, la propiedad de los medios de difusión masiva, especialmente de los tecnológicamente más avanzados, está condicionada a la posesión de un fuerte capital inicial que

requiere ser invertido para darle vida como "industria cultural" (4).

De ahí la necesidad de realizar el análisis de la estructura de propiedad de los medios, que

> ...nos remite a descubrir que en el común de los casos, en la sociedad capitalista los propietarios de los medios pertenecen al mismo sector dirigente que está en constante articulación simbiótica con las principales fracciones de la clase dominante que controlan y dirigen las ramas fundamentales de la producción social donde actúan (5).

Definamos, pues, los principales conceptos empleados en este trabajo.

A. *Clases sociales, Estado y medios de difusión colectiva en la sociedad capitalista*

1. El Estado capitalista

El Estado, en su papel de cohesión de la unidad de una formación social, realiza varias funciones: económica, ideológica, política. Esas funciones son modalidades particulares del papel globalmente político del Estado: están sobredeterminadas por su función propiamente política, es decir, su relación con el campo de la lucha política de clases (6).

La función política del Estado presenta una ambivalencia característica, según se trate de las clases dominantes o de las clases dominadas.

Respecto de las clases dominadas, la función del Estado capitalista es impedir su organización política, que superaría su aislamiento económico. El Estado capitalista mantiene la desorganización política de las clases dominadas, por una parte gracias a su efecto de aislamiento sobre las relaciones sociales económicas, y por otra parte gracias al partido que saca de ese efecto, presentándose como la unidad del pueblo-nación compuesto de personas políticas-individuos privados. Esa función es desempeñada a la vez por medio de la

ocultación a los ojos de las clases dominadas de su carácter de clase, y por medio de su exclusión específica de las instituciones del Estado en cuanto clases dominadas.

Por el contrario, respecto de las clases dominantes, el Estado capitalista trabaja permanentemente en su organización en el nivel político, anulando tanto su aislamiento económico como el ideológico.

Ahora bien, según Poulantzas, las diversas instituciones sociales, y más particularmente la institución del Estado, no tienen poder, propiamente hablando. Las instituciones, consideradas desde el punto de vista del poder, no pueden sino ser referidas a las clases sociales que detentan el poder (7). Ese poder de las clases sociales está organizado, para su ejercicio, en instituciones específicas, en centros de poder, siendo el Estado en ese contexto *el centro de ejercicio del poder político*; ello no quiere decir, sin embargo, que los centros de poder, las diversas instituciones de carácter económico, político, militar, cultural, etc. son simples instrumentos, órganos o apéndices del poder de las clases sociales. Dichas instituciones poseen su autonomía y especificidad *estructural*.

Dicho de otro modo, la autonomía relativa de las diversas instituciones -centros de poder- en relación con las clases sociales, no se debe a que posean un poder *propio* diferente del poder de clase, sino a su relación con las estructuras.

En el caso del Estado capitalista, la autonomía de lo político puede permitir la satisfacción de intereses económicos de ciertas clases dominadas, limitando aún eventualmente el poder económico de las clases dominantes, frenando en caso necesario su capacidad de realizar sus intereses económicos a corto plazo, pero con la única condición -*posible* en el caso del Estado capitalista- de que su poder político y el aparato de Estado queden intactos (8).

Una de las características más importantes del Estado capitalista se refiere a la unidad propia del poder político institucionalizado y a su autonomía relativa.

Por unidad propia del poder político institucionalizado se entiende ese carácter particular del Estado capitalista que hace que las instituciones de poder del Estado presenten una cohesión interna específica; ésta puede percibirse en sus efectos. Puede decirse que impide que las relaciones de las clases o fracciones del bloque en el poder y, con mayor razón las de éstas y las clases o fracciones aliadas o apoyos, se fundan en una *parcelización* o *fragmentación*, o *reparto* del poder institucionalizado del Estado.

Por autonomía relativa del Estado capitalista se entiende la relación del Estado con el campo de la lucha de clases, más particularmente su autonomía relativa respecto de las clases o fracciones del bloque en el poder y, por extensión, de sus aliados o apoyos (9).

Para efectos de este trabajo, por Estado entendemos la unidad política integrada por tres elementos: a) un territorio nacional, b) en donde coexiste un número determinado de habitantes ubicados objetivamente en *clases sociales* y fracciones de clase, entre las cuales existe un determinado tipo de relaciones económicas, sociales, políticas (ideológicas, jurídicas), culturales y, c) un conjunto de instituciones integradas en un *gobierno nacional*, que tiene a su cargo, a través de un conjunto de aparatos (administrativos, políticos, ideológicos y de coacción), la preservación de la vigencia de esas relaciones dentro del territorio nacional (10).

2. Ideología y Aparatos Ideológicos de Estado

A través de la transmisión de la ideología postulada por el Estado y de la aceptación que ésta tenga en la sociedad civil depende, en gran medida, un fenómeno fundamental para

la preservación del Estado: la legitimidad, es decir, el consenso, la aceptación de la política estatal.

La ideología postulada por el Estado se difunde a través de una compleja "estructura ideológica" que incluye a todas aquellas organizaciones e instituciones que, controladas por el propio Estado, e incluso por organismos privados, tienen capacidad de difusión e influencia en la sociedad civil. Entre ellos, por supuesto, destacan los medios de difusión colectiva. Althusser propone un listado que incluye, además, entre otros aparatos ideológicos de Estado a la Iglesia, la escuela, la familia, los sindicatos y los partidos (11).

En el presente trabajo utilizamos el concepto de ideología en el siguiente sentido: a) se trata de un conjunto de ideas acerca del mundo y la sociedad, b) que responden a intereses, aspiraciones o ideales de una clase social en un contexto social dado y, c) que guían y justifican un comportamiento práctico de los hombres acorde con estos intereses, aspiraciones o ideales (12).

La ideología tiene por función ocultar las contradicciones reales, *reconstruir*, en un plano imaginario, un discurso relativamente coherente que sirva de horizonte a lo "vivido" de los agentes, dando forma a sus representaciones según las relaciones reales e insertándolas en la unidad de las relaciones de una formación social.

Esta noción de ideología y aparatos ideológicos de Estado debe servir sólo como punto de partida para el análisis concreto de los medios de difusión masiva en una sociedad capitalista, ya que en algunos casos ésta se utiliza con un carácter absolutizador que en la práctica tiene algunas limitaciones, ya que podría caerse en la interpretación errónea de que sólo hay ideología dominante y de que las clases dominadas tienen cancelado el camino para edificar su propia teoría transformadora y liberadora.

Por ello es necesario tener presente siempre el carácter de clase del Estado Capitalista, es decir, identificar el carácter del proyecto político de la clase dominante en

diferentes situaciones y coyunturas. Dicho proyecto expresa las formas concretas en que la burguesía ejerce su dominación, pero tales formas de dominación no son siempre las mismas.

3. Las clases sociales

Las clases sociales son conjuntos de agentes sociales determinados principal pero no exclusivamente por su lugar en el proceso de producción, es decir, en la esfera económica.

La determinación de las clases, sin dejar de cubrir prácticas -lucha- de clases y extendiéndose a las relaciones políticas e ideológicas, designa unos lugares objetivos ocupados por los agentes en la división social del trabajo: lugares que son independientes de la voluntad de tales agentes.

Puede decirse que una clase social se define por su lugar en el conjunto de las prácticas sociales, es decir, por su lugar en el conjunto de la división social del trabajo, que comprende las relaciones políticas y las relaciones ideológicas. La clase social es, en este sentido, un concepto que designa el efecto de estructura en la división social del trabajo (las relaciones sociales y las prácticas sociales).

La teoría marxista distingue también unas categorías sociales, delimitadas principalmente por su lugar en las relaciones políticas e ideológicas; tal es el caso de la burocracia de Estado, delimitada por su relación con los aparatos de Estado, y el de los intelectuales, definidos por su papel de elaboración y de aplicación de la ideología. Estas diferenciaciones, respecto de las cuales la referencia a las relaciones políticas e ideológicas es siempre indispensable, tiene gran importancia, ya que estas fracciones y categorías pueden a menudo, según las coyunturas concretas, revestir un papel de *fuerzas sociales* relativamente autónomas (13).

Esta teoría distingue igualmente fracciones y capas de clase, según las diversas clases, a partir de diferenciaciones en lo económico y el papel, muy particular aquí, de las relaciones políticas e ideológicas. Nicos Poulantzas considera que el Estado y las características especiales de la lucha de clases en una formación capitalista hacen posible el funcionamiento de un "bloque en el poder", compuesto de varias clases o fracciones políticamente dominantes. Entre esas clases y fracciones dominantes, una de ellas detenta un papel predominante particular, que puede ser caracterizado como papel hegemónico

Esta explicación es muy importante, ya que es uno de los puntos esenciales de diferencia entre la teoría marxista y las diversas corrientes de la estratificación social, dominantes en la sociología actual. Según éstas, las clases sociales -cuya existencia admiten todas las corrientes sociológicas contemporáneas- no serían sino una de las clasificaciones, parcial y regional (concerniendo de manera especial al solo nivel económico) de una estratificación más general. Dicha estratificación daría lugar, en las relaciones políticas e ideológicas, a unos grupos sociales paralelos y externos a las clases, que se les superpondrían.

El bloque en el poder constituye una unidad contradictoria de clases y fracciones políticamente dominantes bajo la égida de la fracción hegemónica. La lucha de clases, la rivalidad de los intereses entre esas fuerzas sociales, está presente allí constantemente, conservando esos intereses su especificidad antagónica. La hegemonía de una clase o fracción, en el interior de ese bloque, no se debe al azar: la hace posible la unidad propia del poder institucionalizado del Estado capitalista.

Otro concepto importante en la teoría marxista es la hegemonía (14), la cual puede definirse como la dirección política, moral, cultural e ideológica de la clase dominante en una formación social históricamente determinada.

La hegemonía es la capacidad de unificar a través de la ideología y de mantener unido un bloque social que, sin embargo, no es homogéneo, sino marcado por profundas contradicciones de clase. Una clase es hegemónica, dirigente y dominante en tanto que con su acción política, ideológica, cultural, logra mantener junto a sí un grupo de fuerzas heterogéneas e impide que la contradicción existente entre estas fuerzas estalle, produciendo una crisis en la ideología dominante y conduciendo a su rechazo, el que coincide con la crisis política de la fuerza que está en el poder.

La hegemonía, por lo tanto, no es sólo política, sino que es además un hecho cultural, moral, de concepción del mundo.

El concepto de hegemonía nos permite comprender que el dominio de clase no se reduce al simple dominio por la fuerza y la violencia, sino que implica una función de *dirección* y una función *ideológica particular*, por medio de las cuales la relación dominantes-dominados se funda en un "consentimiento activo" de las clases dominadas.

La función de hegemonía en el bloque en el poder y la función de hegemonía respecto de las clases dominadas se concentran por regla general en una misma clase o fracción. Esta se erige en el lugar hegemónico del bloque en el poder, constituyéndose políticamente en clase o fracción hegemónica del conjunto de la sociedad.

4. Industria cultural

Theodor Adorno concibe a la comunicación de masas ante todo como una industria cultural. La esencia de la comunicación masiva es, desde esa óptica, su carácter industrial y por ende de mercancía, no importa que ésta sea comercial (orientada al consumo) o política (orientada a la manipulación, persuasión y control social).

Bajo los monopolios, toda cultura de masas es idéntica, y las líneas de su entramado artificial comienzan a traslucirse (...) El hombre que dispone de tiempo libre tiene que aceptar lo que los fabricantes de cultura le ofrecen. Se ha hecho pasar al mundo entero por el filtro de la industria cultural (...) Bajo el monopolio de la cultura privada, se hace realidad aquello de que *la tiranía deja libre el cuerpo y dirige su ataque al alma* (15).

Los mensajes enviados por la industria cultural son un producto para toda la gente. Los hombres se igualan al consumirlo por medio de una seudodemocratización, porque todos son reducidos al nivel de los más incultos.

El objeto de esos mensajes es la manipulación y persuasión, para que los individuos se vuelvan indiferentes e insensibles a los acontecimientos exteriores. La sociedad dividida en clases sociales necesita la estandarización del hombre para insertarlo en el proceso de producción y reproducción sociales. Para ello se requieren átomos humanos idénticos para hacerlos funcionar en masa, suavemente, sin fricción; todos obedecen las mismas órdenes y sin embargo, todos están convencidos de que siguen sus propios deseos.

La persuasión y manipulación sociales se llevan a cabo a través de los medios de difusión masiva y para ello se utilizan técnicas de propaganda y publicidad en todos los medios de difusión: en los impresos se emplea la palabra escrita, en la radio las palabras habladas, en los medios audiovisuales como televisión y cine se utiliza la imagen y la palabra.

La propaganda es esencialmente política y la publicidad está orientada al fomento del consumo de los bienes y servicios producidos socialmente.

B. Breve caracterización del Estado mexicano

De los conceptos anteriores concluimos que para determinar la política del Estado hacia la prensa en nuestro país es preciso analizar cada periodo histórico en el que se estudie la situación y el funcionamiento de los medios

masivos; debemos ver cuál es la composición del bloque en el poder en la sociedad y cuál específicamente la del bloque gobernante, es decir, analizar qué clases y/o fracciones de clase ejercen la hegemonía en la sociedad, pero también cuáles de ellas controlan directamente al aparato de Estado y en consecuencia no sólo dominan sino también *gobiernan;* cuál es el peso específico de cada una de ellas en la determinación de los proyectos estatales; cuál es el papel específico que desarrollan los medios masivos dentro de ese proyecto y qué fuerzas, y de qué manera intervienen en la determinación de las políticas del Estado respecto a la difusión colectiva en cada medio. Se debe analizar además la estructura de propiedad de los medios que nos interesan (en este caso, la prensa), considerándolos en una doble perspectiva: como parte de la industria cultural y como instituciones sociales que están vinculadas a las fuerzas reales de poder político.

Realizar un análisis de tal naturaleza resulta un problema complejo, que podría ser tema de otra investigación más amplia. Sin embargo esos elementos son necesarios para analizar nuestro objeto de estudio y están esbozados someramente a lo largo del presente trabajo de investigación (16); por ahora nos limitaremos a delinear los rasgos principales del Estado mexicano.

Para José Revueltas, la burguesía nacional llegó al poder con Carranza, momento clave del proceso revolucionario porque en él se establece el tipo de relaciones que en adelante seguirá la burguesía en el ejercicio de su papel hegemónico con las demás clases, e incluso con otros sectores de su propia clase. Para conservar el poder, Carranza tenía, por una parte, que controlar la espontaneidad de las luchas agrarias y el peligro de una alianza obrero-campesina y, por otra, las pugnas entre las diversas facciones de la "familia revolucionaria"; para ello se sirvió del apoyo de las masas (17)

Al término de la Revolución Mexicana de 1910 se formó una nueva élite política reclutada de la capa media superior, la cual gracias a la autonomía relativa del Estado mantuvo el predominio dentro del bloque gobernante hasta el inicio de la década los 80 (18).

El sistema político establecido después de la Revolución y vigente hasta nuestros días se basa en un régimen presidencialista, pese a que la Constitución política caracteriza la fisonomía del Estado como representativa y democrática, configurada por estados federales libres y soberanos, con una división de poderes que teóricamente mantienen un equilibrio, pero que en la práctica favorece al Ejecutivo.

En este sistema el presidente de la República reúne en sí amplia plenitud de poderes, al grado de que Jorge Carpizo caracteriza al sistema de gobierno mexicano como un mero sistema presidencial, al no existir un elemento parlamentario (19).

Karin Bohmann comenta que en un periódico de Alemania Federal se hace aparecer al presidente como *emperador* de México, el monarca sexenal absoluto, que hereda su autoridad en el seno de la familia revolucionaria (20).

El centralismo político y la poderosa posición del presidente son las principales características del sistema de gobierno en México. El presidente es una institución; durante su gobierno es "intocable" y se le excluye de la crítica pública.

Otro hecho importante en la configuración del sistema político mexicano es la cooptación de los elementos opositores a él. José Revueltas señala que en México se produce un fenómeno del que difícilmente puede darse un paralelo en ningún otro país del mundo contemporáneo. Este fenómeno consiste en que la conciencia de la clase obrera ha permanecido enajenada a ideologías extrañas a su clase, y en particular a la ideología democrático-burguesa, desde la conformación del Estado moderno que históricamente su ubica

al término del movimiento armado de 1910, sin que hasta la fecha haya podido recobrar su independencia. La política de cooptación de los líderes de la oposición favorece esa enajenación de la clase trabajadora, la que ha terminado por convertirse en una enajenación *histórica*. Esto quiere decir que aun aquello que aparece en México como ideología proletaria no constituye otra cosa que una deformación de la conciencia obrera, una variante *sui géneris* de la ideología democrático-burguesa dominante.

> La clase obrera mexicana, de este modo,se proyecta en la historia de los últimos 50 años del país como un proletariado sin cabeza, o que tiene sobre sus hombros una cabeza que no es la suya (21).

Este es un factor fundamental para explicar la debilidad de los partidos políticos en México y el atraso de la sociedad civil, particularmente desde que en los años 30 y 40 se consolidó la hegemonía del Partido Revolucionario Institucional.

En el aspecto económico, nuestro país posee una formación social capitalista, dependiente de otras naciones industrializadas, en particular de Estados Unidos:

> Sobra material para documentar el carácter dependiente de nuestro país. Para dar alguna ilustración sobre este asunto, únicamente es preciso recordar que dos tercios de nuestro comercio exterior tienen un solo mercado y un solo proveedor. Los Estados Unidos son también nuestra principal fuente de financiamiento, directamente o a través de los organismos en que ese país tiene influencia decisiva, y de ahí proceden también los mayores volúmenes del capital extranjero asentado en México (22).

La función básica de un Estado en una sociedad periférica y dependiente "...no consiste en la garantía de una reproducción capitalista *existente*, sino en la imposición de una reproducción capitalista *por lograr*" (23). Esto representa una contradicción, porque por un lado se busca promover el crecimiento económico y por el otro superar el subdesarrollo. No obstante, por lo general, el crecimiento en las sociedades capitalistas subdesarrolladas sólo se puede

conseguir al precio de una mayor dependencia y de más desequilibrios estructurales mientras que, por el contrario, la superación del subdesarrollo exigiría un desarrollo económico nacional integrado, vinculado a un lento crecimiento.

De allí se desprende que si la sociedad en general no puede alcanzar un crecimiento económico, éste se tiene al menos que aparentar, y si la heterogeneidad social no se puede superar en la realidad, en sustitución se tiene que superar en la imaginación, en la ideología y en este punto es donde resalta la política de control y manipulación de los medios de difusión colectiva.

Con los elementos expuestos estamos ya en condición de hacer una caracterización de los medios de difusión masiva en México, entre los que se incluye obviamente a la prensa: la estructura eminentemente comercial sobre la que actúan esos medios tiene su origen en y es consecuencia directa del proyecto económico-político de la clase burguesa que tomó el poder al término de la Revolución de 1910. En ese proyecto histórico se impulsó la existencia de la propiedad privada para promover el desarrollo capitalista, hecho al que no escapa la industria periodística.

Los medios de comunicación se han integrado al conjunto de la economía y se han desarrollado de manera similar al resto de la industria, es decir, en forma de consorcios, con una marcada dependencia -principalmente tecnológica- e influencia del exterior y ligados orgánicamente al capital financiero y a los principales grupos industriales y comerciales del país. Los medios de comunicación más importantes están en manos de la burguesía o bien en la de los intermediarios de las fracciones hegemónicas de ésta. Estos grupos propietarios forman en su gran mayoría parte integral de las fuerzas económicas dominantes y por ello existe un alto grado de concentración de la propiedad de los medios, por lo que la capacidad de manipulación de la opinión

pública y de persuasión para crear marcos que se adecúen a sus intereses, es sumamente elevada.

Así, la prensa como parte de los medios de comunicación e información no es un negocio aislado; la mayoría de las veces las empresas periodísticas forma parte de consorcios gigantescos que tienen intereses mixtos en diferentes medios de difusión masiva y también a menudo en otras esferas de la producción social.

La participación del Estado o de grupos privados en la industria periodística obedece a ciertas reglas del juego político y el meollo de estas reglas radica en los mecanismos de financiamiento de los periódicos, porque el Estado interviene en calidad de comprador de espacio, pero además como aportador de fondos de otro tipo (préstamos, papel, sobornos) paralelamente al grupo financiero o político que sostiene cada diario.

Consideramos, al igual que Mejía Barquera, que la transformación de los medios de comunicación y la adopción de una política democrática en materia de difusión colectiva por parte de un Estado no depende de una mera decisión voluntaria de las burocracias gobernantes, porque tal política, cuando ocurre en los países capitalistas, es impuesta por la lucha de las fuerzas democráticas, lo cual implica un determinado grado de desarrollo e influencia de éstas.

Esta aclaración es necesaria, pues resulta frecuente escuchar posiciones según las cuales parecería que el Estado podría adoptar una política nacionalista y democrática tan solo si su personal tuviera en cuenta la importancia de los medios masivos de difusión.

En base a los conceptos señalados, pasemos ahora a analizar cómo se ha conformado el actual bloque dominante de la burguesía en México, para después señalar cómo se ha conformado la industria periodística y comprender la problemática de ésta en la década de los 80.

CITAS

Capítulo I

(1) v. BOHMANN, Karin: *Medios de comunicación y sistemas informativos en México,* trad. Alejandro Zenker, 1a. ed. en español, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Alianza Editorial Mexicana, Colección los 90, 1989, 397 pp.

(2) GOMEZJARA, Francisco y PEREZ R., Nicolás: *El diseño de la investigación social*, 4a ed., México, Edit. Nueva Sociología, 1982, pp. 23-24.

(3) GRANADOS CHAPA, Miguel Angel: *Comunicación y política,* 1a. ed., México, Edit. Océano, 1986, pp. 141-142.

(4) v. ESTEINOU MADRID, Javier: *El surgimiento de los aparatos de comunicación de masas y su incidencia en el proceso de acumulación de capital*, México, Cuadernos del Taller de Investigación en Comunicación Masiva (TICOM), No. 10, Abril de 1984, pp. 17-19 y *La utopía de la comunicación alternativa en el aparato dominante de la cultura de masas*, en: *Comunicación alternativa y cambio social,* México, 2a. ed., Premiá Editora (Colecc. La red de Jonás), 1989, pp. 72-88.

(5) ESTEINOU MADRID, Javier: *La utopía de la comunicación...* p. 76.

(6) POULANTZAS, Nicos: *Poder político y clases sociales en el Estado capitalista*, trad. Florentino M. Torner, México, 24a. ed., 1988, Edit. Siglo XXI, p. 237.

(7) *Ibídem, p.* 139-140.

(8) *Ibídem.*, p. 243.

(9) *Ibidem.*, p. 331-332.

(10) Caracterización tomada de MEJIA BARQUERA, Fernando: *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (orígenes y desarrollo)*, Tesis de licenciatura, México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1981, p. 56.

(11) v. ALTHUSSER, Louis: *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*, en *La Filosofía como arma de la revolución*, Cuadernos Pasado y Presente/4, México, Ed. Siglo XXI.

(12) MEJIA BARQUERA, Fernando, *op. cit., p. 76*

(13) v. POULANTZAS, Nicos: *Las clases sociales en el capitalismo actual*, trad. Aurelio Garzón del Camino, 9a. ed., México, Ed. Siglo XXI, 1987 y *Poder político y clases*... p. 275.

(14) El término hegemonía deriva del griego *ehesthai*, que significa "conducir", "ser guía", "ser jefe"; o tal vez del verbo *eghemoneno*, que significa "guiar", "preceder", "conducir", y del cual deriva "estar al frente", "comandar", "gobernar". Por *ehgemonia* el antiguo griego entendía la dirección suprema del ejército. Se trata pues de un término militar. Egemone era el conductor, el guía y también el comandante del ejército. En el tiempo de la guerra del Peloponeso, se habló de la ciudad hegemónica, a propósito de la ciudad que dirigía la alianza de las ciudades griegas en lucha entre sí (v. GRUPPI, Luciano: *El concepto de hegemonía en Gramsci*, 2a. ed., México, Ediciones de Cultura Popular, 1988, p. 7).

(15) ADORNO W., Theodor: *La industria de la cultura: ilustración como engaño de las masas*, en: *Sociedad y*

comunicación de masas (varios autores), México, Fondo de Cultura Económica, 1986, pp. 395-432.

(16) Véanse los capítulos II y III de este trabajo.

(17) REVUELTAS, José: *Ensayo sobre un proletariado sin cabeza,* 3a. ed., México, Edit. Era (Colección obras completas), 1982, pp. 7-9.

(18) v. SMITH, Peter: *Los laberintos del poder: el reclutamiento de las élites políticas en México (1900-1971),* Trad. Soledad Loaeza y Joaquín Urquidi, México, 1a. ed., Edit. El Colegio de México, 1982, p. 264.

(19) v. CARPIZO, Jorge: *El presidencialismo mexicano,* México, 1979, Edit. Siglo XXI

(20) BOHMANN, Karin: *ob. cit.,* p. 28.

(21) REVUELTAS, José, *ob. cit.,* p. 75.

(22) GRANADOS CHAPA, Miguel Angel: *ob. cit.* p. 130. A ello debemos agregar el Acuerdo de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá, planeado para funcionar en los primeros años de la década de los 90; al momento de concluir la presente investigación, el proceso se hallaba en proceso de formalización.

(23) BOHMANN, Karin, *ob. cit.,* p. 242.

II. Conformación del bloque dominante de la burguesía en México. Principales grupos económicos y políticos

A. Surgimiento histórico y consolidación
   1. Principales fracciones de la burguesía
      a. La fracción del Norte
      b. La fracción del Valle de México
      c. La fracción financiera
      d. La burocracia política
   2. Algunos representantes de las fracciones hegemónicas

B. Correlación de fuerzas y bloque dominante en la década de los 80
   1. Proyecto histórico del bloque dominante
      a. Los *Chicago boys*
      b. Los reformistas
      c. Las pugnas interburguesas
   2. Nexos del bloque dominante con el capital extranjero

II. *Conformación del bloque dominante de la burguesía en México. Principales grupos económicos y políticos*

A. Surgimiento histórico y consolidación

A partir de la década de los 40 comenzó a conformarse en la sociedad mexicana un nuevo bloque dominante, que persiste hasta nuestros días. En la década de los 80 se produjo un reacomodo de fuerzas en el seno de ese bloque, a través de dos sucesiones presidenciales (1982 y 1988), que se expresa en los cambios en la política económica y social del Estado mexicano.

Hemos dicho que nuestro país posee una formación social capitalista de carácter periférico y dependiente del capital extranjero, en especial el de Estados Unidos, y que la burguesía se conformó como clase dominante con el movimiento armado de 1910, momento en el que impuso su nuevo proyecto histórico.

José Revueltas considera que la ideología democrático-burguesa que caracterizó inicialmente al Estado mexicano poseía un sello agrario, el cual se explica por la extracción social de los ideólogos y caudillos del movimiento armado, quienes en su mayoría eran miembros de la intelectualidad perteneciente a las profesiones liberales, y otros, pequeños, medianos y grandes terratenientes burgueses, no feudales sino capitalistas (1).

Podemos decir en consecuencia que el bloque en el poder en esta fase histórica fue la fracción agraria de la burguesía y que la incipiente fracción industrial se mantuvo subordinada a la primera.

Varios autores coinciden en que a partir de la década de los 40 comenzó a conformarse en la sociedad mexicana un nuevo bloque dominante, que persiste hasta nuestros días

Antes de describir cómo está integrado ese bloque dominante debemos señalar que las características principales del sistema político mexicano descritas en el capítulo

precedente -presidencialismo y corporativismo (2)- se generaron en esta primera etapa, que va de 1910 hasta el fin de los años 30, lapso clave para explicar la autonomía relativa bajo la que se ha movido el Estado mexicano.

En este punto es importante analizar cuál ha sido la función del Estado, ya que no debe considerarse en forma mecánica que se trata de un simple instrumento al servicio de la burguesía, ya que en diversos momentos históricos éste se ha movido en base a su autonomía relativa.

> Las modalidades que adquiere en el caso mexicano la llamada cuestión de la autonomía relativa del Estado respecto de la clase dominante, tienen que ser referidas, necesariamente, a la forma específica que adquiere el propio Estado, a la composición básica de sus agentes directos y al peso relativo que en cada momento tienen, tanto la clase económicamente dominante, como las distintas fracciones que la forman. Para la época en que se fortaleció el actual bloque dominante, la burguesía industrial, podría adelantarse la hipótesis de que es el inicio de una fase de transición, que se prolonga hasta nuestros días, definida por el ascenso progresivo del capital monopolista a la hegemonía política y económica de la sociedad mexicana, con la consiguiente subordinación en lo político, también progresiva, de la pequeña burguesía que en los 20 y los 30 controló, casi con exclusividad, el poder político (3).

Veamos como está integrado el bloque dominante que se conformó en la década de los 40 y que persiste hasta nuestros días:

1. Principales fracciones de la burguesía

Podemos distinguir cuatro fracciones de la burguesía, las cuales separamos por motivos de exposición, pero que en la práctica mantienen estrechos vínculos y entrelazamientos (4):

a. La fracción norteña

Una fracción de la gran burguesía tiene su asiento geográfico fundamentalmente en el norte del país (especialmente en Monterrey, aunque con ramificaciones importantes en Chihuahua, Sinaloa y Puebla). Se trata de una

vieja burguesía ya existente desde el gobierno de Porfirio Díaz -a cuyo amparo se gestó- y que debido a su origen en un Estado oligárquico y al hecho de haber sido afectada por la lucha armada de 1910-1917, ha mantenido una posición política en gran medida distinta al proyecto impulsado por la burocracia política que ha mantenido la hegemonía en el aparato de gobierno desde el triunfo de la Revolución.

Para esta fracción política, formada ideológicamente en el más viejo liberalismo, el papel del Estado en la sociedad debe limitarse a la construcción de las obras de infraestructura que faciliten la acumulación de capital y a la elaboración y sostenimiento de un marco jurídico y político que ayude a cumplir este fin. Esta fracción ha impulsado, en diversos momentos, proyectos políticos alternativos a los del Estado (5). Esta fracción mantiene vínculos estrechos con el PAN.

Por su poder económico, esta fracción de la gran burguesía ha ejercido una considerable influencia sobre la política general del Estado y una (considerable también) capacidad de presión sobre él.

b. La fracción del Valle de México

Esta es una fracción burguesa, algunos de cuyos miembros existían ya como grandes burgueses desde los años del Maximato, especialmente, pero que en su mayoría se constituyó por empresarios que empezaron a conformarse como grandes burgueses gracias, precisamente, al especial apoyo que recibieron de los gobiernos que dirigieron al país a partir de la década de los 40. Esta fracción, asentada especialmente en el Valle de México (en el Distrito Federal y parte del Estado de México), se empezó a integrar fundamentalmente por industriales, y mantuvo ante el Estado -desde un principio- una actitud bastante diferente a la de la fracción norteña. Al contrario de ésta, ha apoyado siempre los proyectos económicos y políticos de la burocracia gobernante y, más aún, ha encontrado en ésta a la mejor

representante de sus intereses dentro del Estado. Esta fracción ha utilizado el sistema de cámaras empresariales impuestas por el Estado para entablar negociaciones con éste, pues a cambio de perder cierta independencia política, al aceptar la forma de organización corporativa, ganó una extraordinaria eficacia en la defensa y la promoción de sus intereses al negociar "en la cúpula" con los funcionarios de mayor jerarquía. Esta es la fracción burguesa que dirige las organizaciones patronales Concamin y Concanaco.

La vinculación de esta fracción con la burocracia política es tan estrecha, que muchos empresarios pertenecientes a aquélla pasaron a ocupar cargos en la administración pública, y muchos miembros de la burocracia, aprovechando sus cargos, pasaron a formar parte de la gran burguesía, asociándose en diversos negocios con miembros prominentes de esta fracción. Quizá el caso más sonado ha sido el del ex presidente Miguel Alemán, quien se asoció con industriales como Bruno Pagliai, Carlos Trouyet, Eloy Vallina, Rómulo O'Farrill, Gabriel Alarcón y Gastón Azcárraga.

Al estar tan ligada (y tan estrechamente) al que desde los años 40 es el sector hegemónico de la burocracia política, y al ser representada por dicho sector, esta fracción burguesa fue ocupando un lugar preponderante dentro del bloque gobernante, ejerciendo, por lo tanto, una influencia directa en el gobierno y aprovechando a la perfección la ventaja de tener representantes dentro del aparato estatal.

c). La fracción financiera

Esta es un fracción formada fundamentalmente por los grandes banqueros (Banamex, Bancomer), ligados a grandes capitales industriales y comerciales y localizada también en el Valle de México. Por dominar en gran medida al sector financiero de la economía, esta fracción ocupó un lugar preponderante desde que empezó a constituirse el nuevo bloque

dominante en el país, ya que al controlar grandes volúmenes financieros y al depender de ella gran parte de los créditos otorgados a las industrias y comercios, su intervención en la reproducción del capital social es determinante.

El modelo de desarrollo económico seguido por México en las décadas de los 50 y 60, basado en un excesivo proteccionismo estatal, sustitución de importaciones y en la importación en gran escala de capitales, dio lugar a la formación de este sector oligárquico-financiero que poco a poco iba teniendo una influencia decisiva en la vida social, económica y política del país.

Ello fue así merced al desarrollo industrial que se produjo a la par de un agudo proceso de concentración y centralización de capital. Así, empresas de diversa magnitud, especialmente pequeñas y medianas, comenzaron a vincularse a la banca privada, constituyéndose poderosos consorcios en los que invariablemente figuraban como dirigentes prominentes empresarios, especialmente banqueros. Este proceso se llevó a cabo especialmente en casos como los de los grupos Banamex y Bancomer.

De esta forma, aún sin estar ligada orgánicamente a la burocracia política, esta fracción pudo integrarse al bloque dominante debido al lugar estratégico que ocupa en la estructura económica y, por supuesto, por su enorme poder económico.

Esta fracción es más independiente de la burocracia política, pero nunca ha llegado a elaborar proyectos políticos de clase alternativos, como la del norte. En realidad, ha utilizado siempre los canales institucionales para negociar con la burocracia gobernante, la cual ha tenido mucho cuidado de promover los intereses financieros inmediatos de la fracción financiera en todos sus programas y proyectos.

Todas estas fracciones políticas de la gran burguesía, especialmente las de los apartados b y c, mantienen fuertes vínculos con el capital imperialista, principalmente de

Estados Unidos. El capital y la tecnología extranjeros han sido piezas importantes de esta burguesía para lograr su hegemonía en las ramas industriales en las que actúa.

d). La burocracia política

El cuarto elemento del bloque dominante lo constituye la burocracia política que tiene sus orígenes entre los ideólogos y caudillos del movimiento armado de 1910 y que algunos autores identifican como "la familia revolucionaria"; se trata de los altos funcionarios de los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial, altos jefes de las fuerzas armadas, altos dirigentes y cuadros medios del PRI, líderes de organizaciones sindicales controladas por el Estado, a cuyo cargo está el gobierno del Estado y, en consecuencia, el control de los aparatos represivos. En esta fracción predominan, desde los años 40, los agentes vinculados a los intereses del capital monopólico imperialista.

El investigador Miguel Basáñez considera que todas esas fracciones entraron en un periodo activo de reacomodo y lucha por la hegemonía a partir de 1968 y divide el proceso en dos fases: 1968 a 1976, cuando se realizaron fundamentalmente ajustes políticos; la otra a mediados de los 70, expresada en los cambios económicos derivados del agotamiento de la fase de industrialización sustitutiva de importaciones iniciada en la década los años 40 (6).

2. Algunos representantes de las fracciones hegemónicas

Abordar el estudio de las fracciones burguesas que controlan al país es un problema que a primera vista rebasaría los objetivos de esta tesis. Sin embargo, a manera de ejemplo, no podemos dejar de mencionar a algunos de los grupos más importantes de cada fracción, en especial los vinculados a la industria de la comunicación y la prensa en México.

a. Fracción del Norte del País.

1. El Grupo Monterrey

Este grupo es importante porque está vinculado con otros que controlan una parte fundamental de la industria televisiva, radiofónica y editorial en nuestro país, como son las familias Azcárraga y Alemán, del Valle de México, y la familia Alarcón, de Puebla.

Al remontarse a los orígenes del Grupo Monterrey, uno de los más poderosos de nuestro país, Miguel Angel Granados Chapa (7) señala que bajo los auspicios del general Bernardo Reyes, gobernador de Nuevo León durante la última década del siglo pasado, se establecieron en ese estado varias empresas importantes como la Fundición de Hierro y Elaboradora de Maquinaria de Monterrey; la Nuevo León Smelting Refining and Manufacturing Co., Ltd.; la Compañía Minera, Fundidora y Afinadora de Monterrey y la Gran Fundición Nacional Mexicana. También se fundó entonces la Cervecería Cuauhtémoc. La establecieron José María Schneider, un alemán poseedor de la técnica de elaboración, pero sin recursos, y los mexicanos Isaac Garza Muguerza, Francisco G. Sada Muguerza y José Muguerza. Los lazos familiares sugeridos por los apellidos se consolidaron cuando Isaac Garza Muguerza se casó con Consuelo Sada Muguerza, hermana de Francisco G. De este matrimonio nacieron Roberto y Eugenio Garza Sada. Este se casó a su vez con Consuelo Laglera y su hijo mayor es Eugenio Garza Laglera.

La cervecería prosperó desde el primer momento. Para satisfacer sus necesidades, los mismos empresarios fundaron otras empresas: en 1903 una planta de corcholatas (Fábricas de Monterrey S.A., Famosa). En 1909 una fábrica de vidrio (Vidriera Monterrey, S.A., para hacer las botellas requeridas); en 1926 una fábrica de cartón (Titán); en 1936 una planta procesadora de cebada, para obtener el lúpulo (Malta, S.A.); en 1942 una siderúrgica (Hojalata y Lámina, S.A., Hylsa); en 1943 una fábrica de cuadros y de personal en general (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de

Monterrey), y en 1945 una planta de industria química para satisfacer los requerimientos de su fábrica de vidrio (Celulosa y Derivados, S.A. (Cydsa). La dirección de las empresas recayó siempre en miembros de las familias fundadoras.

El Grupo Monterrey ha evolucionado desde 1890 como un grupo muy consistente, bien integrado y suficientemente compacto. Ambos fundadores, Isaac Garza y Francisco G. Sada, dieron gran importancia a los lazos sanguíneos, habiendo sido capaces de crear una red de matrimonios fuertemente interconectada para conducir sus negocios. En una investigación preparada en 1975 por la embajada de Estados Unidos se destacó: "los matrimonios dentro de las familias más relevantes eran planeados con tal cuidado que hubiesen podido rivalizar con los contratos conyugales de las dinastías monárquicas europeas del siglo diecisiete" (8).

Eugenio Garza Sada fue asesinado en septiembre de 1973, lo que provocó que se intensificaran las rivalidades familiares sobre designaciones o nombramientos dentro del grupo; finalmente en abril de 1974 el grupo quedó dividido en cuatro ramas: 1) acero (Grupo Alfa),con HYLSA en manos de Bernardo Garza Sada (sobrino de Eugenio Garza Sada); 2) vidrio (Grupo FICSA, Fomento de Industria y Comercio, S.A.), con Vidrio Monterrey como la empresa principal en manos de Rogelio Sada Zambrano (de esta rama nació Banpaís, bajo la responsabilidad de Adrián Sada); 3) cervecera (grupo VISA) con Cervecería Cuauhtémoc como la principal empresa y su importante complejo financiero Serfín, en manos de los Garza Lagüera (hijos de Eugenio Garza Sada), en este tronco se ubica Eloy Vallina Lagüera, emparentado a su vez con otro poderoso grupo empresarial, el de Chihuahua, y 4) química (grupo CYDSA) en manos de Andrés Marcelo Sada. En adición a estos cuatro, existen otros ocho grupos menores, pero que también tienen considerable importancia: Fundidora Monterrey, Leona Textil, Maldonado, Cemento, IMSA, PROTEXA, González y Sada Gómez.

Existen entrelazamientos personales y relaciones de propiedad con miembros de Grupo Monterrey y las familias Azcárraga en la industria de televisión y radio; con los

O'Farrill en el grupo Novedades Editores, S.A., algunos bancos y la rama automotriz, y con la familia Alemán, en empresas como Televisa y otras del ramo televisivo (9). Véase el cuadro No. 1 en el anexo de este trabajo.

2. Grupo Chihuahua

Este grupo es importante porque prácticamente monopoliza la industria del papel, la materia prima fundamental en la industria periodística; también nos interese destacar su vinculación con el Grupo Monterrey.

La cabeza de este grupo fue Eloy S. Vallina García, emigrado español radicado en México, quien llegó a vivir a Chihuahua desde los años 20, donde creó el poderoso consorcio papelero; fue asesinado en 1960. Su primer negocio fue la confección de ropa, en la fábrica "La Paz", pero donde acrecentaría su fortuna de modo gigantesco fue en la explotación de bosques, propiedad de indios, en las sierras chihuahuenses, y también en las de Durango. El 23 de abril de 1934 constituyó el Banco Comercial Mexicano, asociado con capitalistas locales como Miguel Márquez, y otras personas con apellidos Ryan Withburn Gill. Se casó con la señora María Lagüera, y se vinculó con los grupos familiares más importantes de Monterrey; tuvo 10 hijos (10).

Durante el alemanismo los negocios de Vallina se expandieron y él anudó las relaciones que los consolidarían. Su principal empresa, Celulosa de Chihuahua, fue creada en 1952. Por esa época Vallina se vincula con Bailleres y, especialmente, con Carlos Trouyet, con quien creó el complejo Chihuahua. En rápida sucesión surgieron Celulosa de Chihuahua, Bosques de Chihuahua, Viscosa de Chihuahua, Plywood Ponderosa de México y otras industrias.

Los principales propietarios del Banco Comercial Mexicano iniciaron el relevo en 1957. En ese año ingresaron en el consejo, como suplentes, Alberto Bailleres, Carlos Trouyet Jr. y Eloy Vallina Jr. Ese banco pasó a ser Multibanco Comermex, S.A., el 24 de diciembre de 1976, en una

operación que involucró también la fusión de Financiera Comermex e Hipotecaria Comermex. Hasta el momento de su nacionalización, Eloy S. Vallina Lagüera presidía el consejo de administración

El Multibanco Comermex, manejado por el Grupo Chihuahua, mantenía su campo de acción en la rama silvícola, forestal y papelera; por citar algunos ejemplos, antes de la nacionalización bancaria de 1982 era propietario de Ponderosa Industrial; Aprovechamientos Silvícolas, Bosques de Chihuahua, Celulosa de Chihuahua, Industrias de Madera, Papeles Ponderosa y otras. Este grupo empresarial también es propietario de Seguros `La Libertad, firmas hoteleras y arrendadoras.

3. *Ramificaciones en Puebla*

Los más prominentes miembros del grupo empresarial poblano son, entre otras, las familias O'Farrill y Alarcón, propietarias de diarios tan importantes como *Novedades* y *El Heraldo de México*, en ese orden.

Empecemos con la familia Alarcón, que además del citado diario, también es propietaria de *El Heraldo de Puebla* y de un paquete de acciones de Televisa, que compró al Grupo Alfa, de Monterrey. Antes de la nacionalización bancaria de 1982, el patriarca de la familia, Gabriel Alarcón Chargoy, poseía acciones del Banco de Crédito Mexicano y era miembro del consejo directivo del Banco Internacional. Después de la expropiación bancaria fundó la casa de bolsa Interacciones. También tiene intereses en la empresa de tarjetas de crédito Diners, S.A., y en Carte Blanche. Es accionista de la cadena de hoteles Majestic e incursiona en la división de inmuebles, posee una cadena de cine y mantiene intereses en la industria automovilística, merced a sus relaciones con las familias Azcárraga, O'Farrill y Alemán. En el capítulo IV de este trabajo se brinda información sobre las actividades de esta familia en la industria periodística (11).

b. Grupo Valle de México. Familias Azcárraga y Alemán

Los orígenes del monopolio televisivo y radiofónico de la familia Azcárraga -más tarde asociada al presidente y empresario Miguel Alemán- se remontan al año de 1925, cuando Emilio Azcárraga Vidaurreta, en ese entonces vendedor de fonógrafos y discos, incursionó en la naciente industria de la radiodifusión, junto con su hermano Raúl.

En 1931 se creó la XEW, cuyo socio mayoritario era el propio Emilio Azcárraga; durante esa década continuó la expansión de su cadena radiofónica en todos los rincones del país, proceso que se asoció en 1950 a la inauguración oficial de la televisión en México. Esa etapa coincide con la fase de industrialización de nuestra país, la cual se acompañó de la agudización de la dependencia económica respecto de Estados Unidos, como hemos explicado antes, proceso al que no fue ajena la industria de radio y televisión (12).

La asociación de las familias Azcárraga, Alemán y O'Farrill les ha permitido consolidar un monopolio que abarca, además de televisión (Televisa) y radio (XEW, XEX y XEQ), a la prensa e industria editorial. El poderío de este grupo se extiende también a las ramas inmobiliaria, hotelera y otros rubros de esparcimiento, como cine, video, discos y espectáculos. Por otro lado, la familia O'Farrill posee intereses en la industria automotriz, vinculada con el grupo de Gabriel Alarcón Chargoy, dueño de *El Heraldo*, y con el grupo Monterrey.

En 1977 se conformó la empresa Novedades Editores, antes denominada Publicaciones Herrerías, figurando como propietarios Rómulo O'Farril padre, Rómulo O'Farril hijo, Miguel Alemán Velasco (Televisa), Víctor Hugo O'Farril Avila y Fernando Canales Lozano (13).

Además del diario *Novedades*, esta empresa edita diariamente varios periódicos en la provincia y en la capital: *Novedades* de Campeche, *Diario de la Tarde*, *The News*,

Novedades de Acapulco, *Novedades Area Satélite*, *Novedades de Puebla* y *Novedades de Quintana Roo*.

Novedades Editores es la empresa relacionada casi exclusivamente con medios de comunicación escritos, a través de dos empresas: Editorial Mex-Abril y Editorial Novaro, bajo las que publica fotonovelas y cómics de los personajes Hanna-Barbera. Dentro del ámbito de la comunicación, el crecimiento de este grupo ha sido horizontal.

c. Burocracia Política

Hemos explicado como después del movimiento armado de 1910 se consolidó la ideología democrático-burguesa que caracterizó inicialmente al Estado mexicano con un sello agrario, lo cual se explica por la extracción social de los ideólogos y caudillos del movimiento armado; en consecuencia, el bloque en el poder en esta fase histórica de consolidación fue la fracción agraria de la burguesía, en tanto que la fracción industrial se mantuvo subordinada a la primera.

A partir de la década de los 40 comenzó a conformarse en la sociedad mexicana el nuevo bloque dominante, conformado por la alianza del capital industrial-financiero y por la burocracia política. Peter Smith considera que esta burocracia mantenía el predominio dentro del bloque gobernante y señala que era reclutada de las capas medias de la población (14)

Los miembros de esta burocracia poseían gran movilidad dentro de la élite política y en la administración pública y la mayoría de ellos se ha enriquecido escandalosamente; por otra parte se dan algunos entrelazamientos entre miembros de esta fracción y los diversos grupos empresariales.

Algunos investigadores como Roderic Ai Camp consideran que las intrigantes características de la política mexicana, basada en "camarillas políticas de poder" es el basamento del sistema político de nuestro país. Desde la perspectiva de este autor, el origen los grupos políticos contemporáneos que

dominan al bloque gobernante se halla en las camarillas de los ex presidentes Lázaro Cárdenas y Miguel Alemán (15).

Algunos autores consideran que el periodo de la historia mexicana que resulta más relevante al referirse al patrón e acumulación de capital es el asociado con la sustitución de importaciones, entre 1939 y 1970. En ese periodo los líderes de las fracciones burguesas más reaccionarias, encabezadas por el Grupo Monterrey, intensificaron su contienda con la burocracia política por la hegemonía política e ideológica que esta última había mantenido desde el triunfo de la Revolución de 1910.

Estas diversas fracciones de la burguesía se han entrelazado y sostenido múltiples pugnas, que se agudizaron en la década de los 80, es decir en pleno periodo de crisis.

B. Correlación de fuerzas y bloque dominante en la década de los 80

Con los datos delineados en la primera parte de este capítulo podemos establecer ahora que a la par que se constituía la poderosa fracción financiera de la burguesía durante las décadas 50 y 60 (grupos Bancomer y Banamex), los grupos industriales importantes, en especial los del norte del país (v.gr. el de Monterrey), también empezaron a desarrollar instituciones financieras; así fue avanzando la constitución de un capital financiero altamente influyente en la vida del país. En el plano político, este proceso se tradujo en una ascendente actividad de la burguesía financiero-industrial, que exigía una mayor participación para conformar el gobierno.

La crisis económica surgida a mediados de la década de los 70 (16) proporcionó a la gran burguesía, en especial a la fracción norteña, la ocasión propicia para intensificar su actividad política e intentar colocarse como fuerza hegemónica al interior del bloque en el poder, a fin de dirigir el país hacia formas de gobierno aún más

autoritarias, acordes con los requerimientos que exigía la nueva fase de acumulación capitalista.

En lo económico, el proyecto de esta fracción buscaba la subordinación completa del capital y la política económica estatales a los requerimientos de los monopolios.

En el contexto de la crisis de la mitad de los 70, el Grupo Monterrey -a la cabeza de la fracción norteña- se acercó a la fracción financiera y el grupo de grandes industriales asentados en el Valle de México para establecer alianzas y acuerdos sin precedente, con miras al fortalecimiento de esa capa oligárquica. En este periodo, en 1975, se fundó el Consejo Coordinador Empresarial como órgano independiente de las cámaras empresariales y "como una reacción del empresariado frente al radicalismo verbal del presidente Echeverría" (17).

Así, el CCE fue la organización creada por la alianza de esas dos fracciones burguesas para centralizar el control político de los grandes empresarios (18).

Algunos autores consideran que la crisis del sexenio 1970-76 no se resolvió con el desplazamiento de la burocracia política tradicional, sino con una redefinición de las relaciones entre ésta y la gran burguesía, y con el ascenso al gobierno de un grupo de burócratas abiertamente identificados con los intereses del capital financiero (incluso con el aumento de grandes empresarios y terratenientes a altos puestos del gobierno) capaz de desarrollar una política de completo apoyo a la acumulación de capital y al mismo tiempo revitalizar las formas de mediación y de control político e ideológico tradicional del Estado Mexicano. Es decir, de mantener en buena medida consenso y apoyo popular aún desarrollando una política promonopólica (19). El desplazamiento de esa buroracia política se produjo en la década de los 80, como veremos a continuación.

En un sistema económico como el mexicano, afectado por la crisis mundial del capital y con un bloque dominante

estrechamente vinculado al imperialismo, el inicio de la década de los 80 representó una encrucijada y marcó un proceso de polarización de las fracciones de la burguesía, ya que se agravó el enfrentamiento de la burocracia política tradicional con las fracciones del capital financiero-industrial.

En el seno del bloque hegemónico existieron dos posiciones contrapuestas, dos proyectos históricos para enfrentar esa crisis tanto económica como política: de un lado, la versión ortodoxa, monetarista y más reaccionaria, defendida por la fracción del norte del país aliada con la fracción financiera e industrial del Valle de México, y del otro la posición de la burocracia política, que apoyaba los postulados keynesianos y reformistas.

En esa lucha la fracción financiero-industrial impuso su proyecto, y su fuerza se evidenció en las dos sucesiones presidenciales realizadas en la década (1982 y 1988), en las que un grupo de nuevo funcionarios tecnócratas representante de sus intereses relegó a la burocracia política, para controlar directamente al aparato de gobierno.

Expliquemos brevemente las posiciones de ambas fracciones burguesas en pugna.

1. Proyecto histórico del bloque dominante

a). Los Chicago boys

El proyecto histórico de las fracciones más reaccionarias de la burguesía, -que finalmente fue el que se impuso- proponía un reacomodo de fuerzas al interior del bloque gobernante para relegar a la burocracia política; por ello apoyó al grupo de funcionarios tecnócratas conocidos como los *Chicago boys*, seguidores de los postulados neoliberalistas y formados académicamente en universidades extranjeras.

Según la concepción neoliberalista de este grupo, para salir de la crisis era preciso enfrentar la inflación, a la que consideraba un desajuste meramente financiero e incluso un fenómeno fundamentalmente monetario, no un desequilibrio real que afecta las bases mismas de la economía. Este grupo sostenía que aún los más graves problemas se resolverían adecuadamente si ante la difícil situación se reducía sustancialmente el gasto público para aliviar el déficit fiscal, si se controlaba la oferta monetaria y crediticia, se auspiciaba y favorecía a los inversionistas privados y extranjeros, se contraía la intervención estatal e incluso se dejaba clara constancia del respeto a la propiedad privada de los medios de producción, se impedía que aumentaran los salarios y se sometía a los trabajadores a una disciplina más estricta para elevar la productividad (20).

Algunos autores consideran que tal posición es esquemática y mecanicista porque

> Su primera falla consiste en que su diagnóstico es simplista y erróneo, y en que si bien repara en un fenómeno tan importante como la inflación, lo sitúa no en el complejo juego de las profundas contradicciones en que realmente se produce, sino en la esfera monetario-financiera, como si la carrera incontenible de los precios fuera solamente fruto de que la cantidad de dinero en circulación y la oferta de crédito han crecido más de lo debido (21).

Tras el velo monetarista, sin embargo, esta posición no oculta su objetivo de hacer más atractiva la inversión para los empresarios, principalmente a través de la mayor explotación de los trabajadores y de una política de abierto apoyo al capital monopolista, que permita elevar la tasa de ganancia.

Tradicionalmente así logró el capitalismo -a costa, fundamentalmente del desempleo masivo y de la agudización de la miseria de los trabajadores- superar sus crisis cíclicas. Pero es cada vez más difícil conseguir la recuperación de esa manera y son sonados los fracasos de algunos gobiernos latinoamericanos que adoptaron este modelo -la dictadura

militar de Pinochet, en Chile, por ejemplo-, cuyo sometimiento al imperialismo los llevó a adoptar políticas económicas ultrarreaccionarias que, como ya antes había ocurrido, impidieron el crecimiento y a la vez acentuaron la inestabilidad.

Algunos especialistas señalan que tal estrategia exhibe una profunda aunque explicable contradicción. En rigor no es sólo contraccionismo, sino que al propio tiempo que aconseja restringir ciertos gastos y sobre todo el poder de consumo de los trabajadores, abiertamente defiende el estímulo al capital monopolista privado para que éste obtenga tasas de ganancia que realmente inviten a invertir en la escala necesaria para abrir un nuevo ciclo de ascenso a la economía.

b. Los reformistas

La burocracia política y algunos miembros reformistas de otras fracciones opusieron al anterior otro proyecto histórico: en esencia proponían lo contrario de los monetaristas, es decir, ampliar el radio de acción del Estado y asegurar su rectoría económica, lograr que éste gaste más sobre todo para elevar el nivel de empleo y con fines sociales y para ello descansar crecientemente en una política fiscal que aumentara el peso de los impuestos directos y la redistribución del ingreso; modificar la forma de financiamiento del gasto público, elevando la significación del ahorro y el crédito internos, combatir la inflación fundamentalmente mediante el aumento de la producción y ciertos controles de precios y adoptar una política de salarios que reduzca la caída del poder adquisitivo y aún contribuya a lograr alzas en términos reales que impulsen la recuperación y el crecimiento autosostenido de la economía (22).

La propuesta fundamental de este bloque, desde el punto de vista económico, reside en aumentar de inmediato la inversión y la demanda, combatir eficazmente la inflación

aumentando la producción, lograr altas tasas de crecimiento económico, fortalecer a las empresas pequeñas y medianas y volverlas tecnológica y financieramente independientes, para que los monopolios privados no sean los principales soportes de la estrategia gubernamental, sino las empresas pequeñas y medianas; elevar los impuestos, canalizar el ahorro a fines productivos y mejorar los salarios reales.

Esta posición de algunos grupos de la burocracia política quizá sea la representada por Jesús Silva Herzog en el inicio de la década de los 80. Más tarde, algunos miembros de esta fracción abandonaron el PRI cuando se impuso el proyecto de los *Chicago boys* y fundaron el Partido de la Revolución Democrática (23), cuyo proyecto histórico es similar al de los priistas partidarios de los postulados keynesianos.

c. Las pugnas interburguesas

Uno de los reflejos más visibles del enfrentamiento entre las fracciones de la burguesía que se disputaban la hegemonía al principio de la década de los 80 fue la nacionalización de la banca decretada por el gobierno de José López Portillo durante el último año de su gestión.

En el marco de la crisis económica de la década de los 80 debemos analizar qué significado tuvo la nacionalización de la banca para saber si fue un golpe que afectó seriamente a la fracción financiera de la clase burguesa y qué importancia tenían los capitales netos expropiados a los bancos que en conjunto poseía entonces la oligarquía mexicana.

La nacionalización de la banca lesionó sólo a ciertas fracciones de la oligarquía, pero de ninguna manera a la mayor parte de ésta, porque

> ...conservadoramente podría estimarse que la expropiación representó aproximadamente el 8 por ciento del capital contable de los principales 500 empresas privadas que operan en México (24).

Ello parecería sugerir que la oligarquía no fue seriamente afectada por la nacionalización; por otra parte, el gobierno de Carlos Salinas de Gortari, el cual fue postulado por las fracciones más reaccionarias de la burguesía, reprivatizó la banca de nueva cuenta. Más adelante tocaremos ese punto, por ahora veamos las situaciones más representativas de los grupos empresariales afectados por la nacionalización de 1982:

a) la de quienes siendo fundamentalmente banqueros resultaron gravemente dañados (v. gr. Bancomer); b) la de aquellos para quienes, aun siendo muy importantes las inversiones expropiadas, sólo eran parte de capitales mucho mayores (Multibanco Comermex, del Grupo Chihuahua); c) la de quienes eran inversionistas minoritarios pero que ejercían influencia en ciertos bancos, o que aun no ejerciéndola tenían inversiones significativas en ellos (Banamex, con la familia Legorreta); d) la de quienes perdieron en realidad el brazo bancario de los grupos, pero cuyos negocios industriales eran más importantes (Banpaís, Banca Serfín, ambos del Grupo Monterrey); e) la de quienes, no teniendo en general mayores inversiones bancarias formaban parte de los consejos de administración de algunos bancos (Gabriel Alarcón en Banco Internacional), y g) la de personas en general relativamente modestas, incluyendo millares de funcionarios y empleados bancarios que mantenían parte de sus ahorros en los bancos expropiados.

Quizá con esos elementos podemos delinear el proceso de recomposición de fuerzas al interior del bloque dominante, ya que como hemos visto, la decisión de nacionalizar los bancos afectó directamente a la fracción financiera de la burguesía. Sin embargo, la mayoría de los afectados contaba con capital y relaciones nacionales e internacionales suficientes, que

permitieron a los empresarios encontrar más o menos rápidamente un nuevo acomodo en el bloque hegemónico.

Por otra parte, en realidad la expropiación no tuvo un carácter confiscatorio, ya que si bien se privó a los banqueros de un poderoso aparato de control, se les compensó con miles de millones de pesos y, sobre todo, se les dejó en propiedad de muchos otros medios de producción, lo que les permitió la posibilidad de acumular capital a través de grandes consorcios monopolistas, que operan en condiciones muy favorables.

El posterior reajuste de cuentas realizado por las fracciones burguesas afectadas explica la reprivatización de la banca realizada paulatinamente desde el gobierno de Miguel de la Madrid -que puso a disposición de los antiguos dueños el 34 por ciento de las acciones de la banca, en Certificados de Aportación Patrimonial (CAP's)- y que culminó con la acción de Carlos Salinas de Gortari al expedir un decreto de reprivatización para devolver los bancos a sus antiguos dueños, aunque es obvio que en el lapso entre la nacionalización y la reprivatización hubo una recomposición de fuerzas al interior del bloque dominante (25).

Lo expuesto hasta aquí nos demuestra que la base más importante de sustentación de la oligarquía, más que la banca nacionalizada, era y es el conjunto del capital monopolista nacional, con sus estrechos vínculos con el capital trasnacional.

La profundización de la pugna por la hegemonía en el bloque dominante se expresa también en la lucha por el control del Consejo Coordinador Empresarial, el más importante organismo representativo de la gran burguesía.

El enfrentamiento y posterior reacomodo de fuerzas al interior del bloque dominante ha tenido ya su expresión también en el campo de la política, ya que el grupo gobernante ha dado prioridad a su plan de liberalización económica, relegando el juego político tradicional. Una muestra de ello -que por otra parte refleja el efecto social

de esta recomposición de fuerzas que permitirá posiblemente el fortalecimiento de la sociedad civil- es el hecho histórico de que por primera vez desde la fundación del partido en el poder (1929) el bloque dominante reconoce el triunfo de un gobernador de la oposición: Ernesto Ruffo Appel, del PAN, en el estado de Baja California, en las elecciones celebradas el 2 de julio de 1989 (26).

Ese reacomodo de fuerzas dejó como saldo, además, el desplazamiento de la burocracia política y el arribo del grupo salinista que promueve "la modernización política".

Es evidente ese desplazamiento cuando se analiza la composición del gabinete de CSG: los puestos controlados por los economistas son 11, de los cuales ocho realizaron estudios en el extranjero y controlan las secretarías clave: Hacienda, Comercio, Programación y Presupuesto, y además el Departamento del D.F. (27)

El gabinete de Carlos Salinas tiene el mayor número de economistas en toda la historia del PRI; esos funcionarios tienen el más alto grado académico de los tiempos recientes: 30 con licenciatura en el extranjero, 294 con maestría y 120 con doctorado pero en su mayoría son funcionarios y políticos de reciente filiación priista: los puestos de las secretarías clave son controlados por funcionarios que comenzaron o consolidaron su carrera política apenas en el sexenio de Miguel de la Madrid. En este gabinete también se registra el mayor número de técnicos metidos a la función política. Estos funcionarios son jóvenes: el 40 por ciento tenía menos de 40 años al asumir el cargo, en tanto que un porcentaje similar contaba con edad promedio de 61 a 70 años (28).

En este gabinete se observa el predominio de maestrías y doctorados de Harvard y Yale: el presidente de la República, Carlos Salinas de Gortari, obtuvo dos maestrías, una en administración pública y otra en economía (el ex presidente Miguel de la Madrid también cursó una maestría en administración pública en Harvard); el secretario de Comercio, Jaime Serra Puche y el secretario de Programación y

Presupuesto, Ernesto Zedillo poseen sendos grados de maestría, y el titular de Hacienda, Pedro Aspe, cuenta con un doctorado.

Esos nombramientos de Salinas revelan que el actual bloque gobernante es un grupo sólido y coherente, tanto en materia política como económica y que además asegura una continuidad sustancial con el gobierno de Miguel de la Madrid, ya que la mayoría de los funcionarios salinistas iniciaron o consolidaron su carrera política en el sexenio de éste.

La composición del gabinete de Carlos Salinas nos ayuda a explicar la estrecha vinculación entre el proyecto histórico del bloque dominante y el imperialismo, ya que en éste se pretende insertar a México en la fase de recomposición mundial del capitalismo.

2. Nexos del bloque dominante con el capital extranjero

La mayoría de los miembros del bloque dominante conformado históricamente en la década de los 40 mantiene vínculos estrechos con el capital extranjero, ya que no hay rama productiva en la que éste no esté presente.

Dado el poder avasallador del capital trasnacional imperialista en todo el sistema económico mexicano, por su dominio industrial, comercial, financiero y tecnológico (desde luego también cultural, ideológico, político y militar), México no puede escapar a la crisis de Estados Unidos y las metrópolis del sistema, pero

> (...) es preciso entender que de todas formas la *determinación* de la crisis mexicana no es externa sino *interna*: se asienta en el poder económico, político e ideológico de la burguesía y sobre todo de la oligarquía monopolista nacional, propietaria de una parte fundamental de los medios de producción, cuyo desarrollo a lo largo de décadas ha requerido de los recursos financieros, las patentes y marcas, las máquinas y técnicas, los mercados y los canales comerciales

extranjeros, y que con frecuencia creciente se asocia a empresas trasnacionales y al Estado (29).

En la década de los 80 se acentuó el sometimiento de nuestro país a un trato intolerable con el capital monopolista extranjero: intercambio desigual, condiciones cada vez más inflexibles y onerosas en préstamos, salidas masivas de capital por envíos de utilidades, activa promoción para que los mexicanos ricos inviertan y mantengan sus fondos en la "metrópoli", exigua y costosa asistencia técnica, presiones económicas y diplomáticas. "El saldo de todo ello es un drenaje agotante de recursos, que empobrece a nuestro país y hace que sea éste el que financia al poderoso vecino del norte, y no a la inversa" (30).

En su último informe de gobierno, López Portillo recriminaba que mientras la deuda externa era de alrededor de 80 mil millones de dólares, de México habían salido (entre fugas y servicio de la deuda) unos 54 mil millones de dólares.

> México ha sido saqueado. Al ir reuniendo los datos para el informe, me fui dando cuenta, a fondo, de la gravedad del problema (...) Por lo menos 14 mil millones de dólares en cuentas de mexicanos en Estados Unidos; 30 mil millones en predios de los cuales ya han pagado 9 mil millones en enganches y servicios; 12 mil millones de Mexdólares (...) Es increíble: toda la inversión extranjera, desde el origen de nuestra historia, llega a 11 mil millones de dólares, de los cuales 8 mil son norteamericanos. Cinco veces es más alta la inversión mexicana en el exterior (31).

En este punto cabe subrayar un punto esencial: si bien las crisis de la metrópoli se reflejan en el sistema económico mexicano, dada su estrecha vinculación, debemos subrayar la incapacidad de la burguesía nacional para lograr un fortalecimiento y crecimiento interno.

La crisis que estalló a fines de 1981 entre otras cosas evidenció la incapacidad de la burguesía para contrarrestar el perjudicial impacto de la estrategia imperialista y asegurar un uso de los recursos financieros generados en nuestro país que contribuyera a reforzar la independencia

económica del país: "la crisis ha puesto a prueba a toda la oligarquía y a la burguesía en su conjunto como clase dominante (32).

A diferencia de otras burguesías, bajo el capitalismo del subdesarrollo, tal parece que el papel de la burguesía mexicana consiste en reproducir y reforzar -aunque no sin contradicciones entre sus bloques y desde luego no lineal ni mecánicamente- un sistema de relaciones sociales productivas subordinado estructuralmente al imperialismo y al capital monopolista interno, incapaz de resolver con cierta racionalidad los problemas del subdesarrollo.

Eso demuestra que si bien en apariencia e incluso en parte la crisis actual es financiera, el problema de fondo expresa más bien la incapacidad de la burguesía mexicana en su conjunto para hacer crecer, retener, movilizar, encauzar e invertir adecuadamente los recursos reales resultantes del propio proceso de desarrollo (como fue el caso del auge petrolero), en condiciones que hubieran podido elevar sustancialmente el nivel de productividad, de producción y de empleo, sin los profundos desequilibrios internos y externos en los que hoy se enfrenta la crisis.

Si se generaron recursos durante el auge petrolero de 78-81, la clase dominante no fue capaz de utilizarlos de manera medianamente racional, y ello se observa en la fuga de capitales de quienes, no teniendo fe en el capitalismo mexicano, sacaron del país cuanto pudieron, en vez de invertir productivamente aquí su dinero.

Si bien este apartado requiere un análisis complejo que podría ser motivo de una investigación aparte, no debemos dejar de señalar, a manera de ejemplo, la asociación de algunos de los prominentes miembros del bloque dominante; en especial pondremos énfasis en aquellos que se hallan vinculados con capital trasnacional en las industrias editorial y papelera.

Algunos monopolios se organizan con base en la integración vertical u horizontal, como es el caso de

Kimberly Clark, la que con tres plantas en el país eslabona verticalmente la producción de celulosa de bagazo de caña y madera con la producción de papel, diversificándose en esta última hacia una gama muy amplia de productos (papel para impresión y escritura, cuadernos, papel higiénico, servilletas, pañales, etc.).

Precisamente, en los medios de difusión masiva destaca la presencia del capital trasnacional. En los capítulos III y IV de este trabajo abordaremos con mayor detalle este tema pero en este punto diremos, a manera de ejemplo, que al analizar el papel de los medios de información -en el periodismo,concretamente-, debemos tener presente las características de la infraestructura material de la comunicación en el mundo. En general, ésta pertenece a corporaciones trasnacionales como la International Telephone and Telegraph e IBM en materia de informática; a agencias informativas como AP, Reuters, UPI, EFE, etc. en el plano informativo, y a agencias trasnacionales de publicidad y propaganda.

En la industria del papel también se observa esta variante, con casos como los de la corporación Grupo San Cristóbal, asociada a *Scott Paper* (EUA), el Grupo Chihuahua y Nafinsa; por otro lado citemos el caso de *Kimberly Clark*, vinculada a Banamex. Si bien la PIPSA es la empresa que controla la mayor parte del papel destinado a la industria editorial y periodística, los grupos señalados son relevantes, especialmente Kimberly Clark, ya que controlan y fijan los precios de venta de esa materia prima.

Otros casos ilustrativos al respecto son los de Mario Vázquez Raña, propietario de la Organización Editorial Mexicana , con 77 diarios en todo el país (33), que adquirió la mayoría de acciones de la agencia trasnacional UPI.

También destaca el proyecto periodístico *The National*, diario deportivo editado en inglés en Estados Unidos, propiedad de Emilio Azcárraga, dueño de Televisa (34).

* * *

Una vez explicado el papel funcional que la intervención del Estado (y su autonomía relativa) han jugado en el proceso de formación y desarrollo del capitalismo en México, podemos explicar lo insostenible de la tesis que concibe la contradicción Estado-capitalistas como una contradicción fundamental de la formación social mexicana.

Sin embargo, conviene señalar que en ciertos momentos, se pueden presentar conflictos entre el aparato burocrático del Estado y sectores o fracciones de la burguesía, los cuales se explican por la autonomía relativa que posee el propio Estado.

Esa explicación nos permite apreciar que aun cuando las contradicciones interburguesas se manifiestan de múltiples maneras y en formas complejas, que no es posible reducir a un esquema simplista, en el centro de los desacuerdos del bloque dominante descritos a lo largo del presente capítulo, se evidencia que *en la década de los 80 se desató el enfrentamiento de dos fuerzas principales: por un lado las fracciones oligárquicas más reaccionarias, en lo fundamental, ligadas al capital monopolista privado y más subordinadas al imperialismo -representadas política y económicamente por los* Chicago boys*-, que resienten la intervención creciente del Estado -merced a su autonomía relativa- cuando afecta sus intereses, y que defienden las posiciones 'neoliberales y conservadoras, más o menos ortodoxas, y que finalmente lograron el control del aparato de gobierno; por el otro lado, destacan los otros elementos, miembros también de la gran burguesía que apoyados en las capas reformistas de la burocracia política, postulaban la necesidad de consolidar la rectoría económica del Estado y de fortalecer su intervención para consolidar el capitalismo monopolista de Estado, el que consideran único camino viable para preservar las relaciones capitalistas de producción y la actual estructura social y política de explotación y dominación.*

Debemos aclarar que estas contradicciones interburguesas son, desde luego, secundarias. Pero secundarias no quiere decir desprovistas de importancia política, sino solamente no antagónicas. En las dos sucesiones presidenciales realizadas en la década de los 80, esa contradicción ha cobrado una creciente intensidad e incluso momentáneamente se ha convertido en la contradicción dominante y desbordado y producido mayor violencia que la contradicción principal, es decir, la existente entre capitalistas y trabajadores.

Este proceso de consolidación del actual bloque dominante se ha reflejado y ha influido en el desarrollo histórico de la prensa mexicana, la cual ha resentido las pugnas de las diversas fracciones burguesas, como veremos en el siguiente capítulo.

CITAS

CAPITULO II

(1) REVUELTAS, JOSE: *Ensayo sobre un proletariado sin cabeza*, 3a.ed., México, Edit. Era, (Colección obras completas, t. 17), 1982, p. 140

(2) Bajo el régimen del presidente Lázaro Cárdenas se conformó el carácter corporativista de la sociedad mexicana con la reforma al Partido de la Revolución Mexicana (que en 1946 adoptaría su cambio de nombre por el de Partido Revolucionario Institucional, PRI), el cual fue organizado en cuatro sectores: obrero, campesino, popular y militar. La función de ese partido había sido, en 1929 bajo el nombre de Partido Nacional Revolucionario, unificar a las fracciones de la burguesía en torno a los caudillos (la "familia revolucionaria"). Paralelamente, en 1938 se realizó una fusión de obreros y campesinos en confederaciones, sobre todo la Confederación de Trabajadores de México (CTM) y la Confederación Nacional Campesina (CNC), con el objeto de garantizar la estabilidad social y política del país al presentar los intereses del Partido como legítimo representante de las masas y, por otro lado, impedir la organización verdaderamente independiente de los trabajadores, que pudiera llevarlos a adquirir conciencia de clase. En 1940 se disolvió el sector militar del PRI, lo cual marcó la transición hacia el régimen civil y permitió el fortalecimiento de la fracción industrial de la burguesía y, por ende, de un nuevo bloque en el poder. (v. REVUELTAS, José: *Ensayo sobre un proletariado sin cabeza*, México, Ed. Era Colección obras completas t. 17, 1982, 247 pp. y SHULGOVSKI, Anatoli: *México en la encrucijada de su*

historia, México, Ediciones de Cultura Popular, 1a. ed., 1980, p.pp. 113-306).

(3) CORDERA CAMPOS, Rolando: *Las decisiones del poder*, 1a. ed., Ed. Cal y Arena, México, 1989, p. 55.

(4) CONCHEIRO Elvira, et al: *El poder de la gran burguesía,* México, 1979, Ediciones de Cultura Popular. Citado en MEJIA BARQUERA, Fernando: *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado Mexicano (orígenes y desarrollo),* Tesis de licenciatura, México, 1981, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, pp. 341-360

(5) Una revisión rápida de las circunstancias bajo las cuales fueron creadas las principales organizaciones políticas de las fracciones económicas, marca coincidencias con pasajes importantes de la historia de México. La creación de la Concanaco (comerciantes) y Concamin (industriales) en 1917 y 1918, respectivamente, respondió al "radicalismo" de la Constitución de 1917, pero además respondió a proyecto de Carranza para edificar una alianza entre la burocracia político-militar y los empresarios. Coparmex, (el "sindicato" empresarial) creado en 1929 a iniciativa del Grupo Monterrey, respondió a las demandas formuladas por la CROM durante la segunda parte de la década de los 20, para pasar la ley laboral de 1931. El PAN fue creado en 1939 para cuidar la línea moderada de Avila Camacho que la fracción económica había ganado al apoyar financieramente la rebelión de Cedillo y la candidatura presidencial de Almazán. Durante el régimen de López Mateos en 1962 se formó el Consejo Mexicano de Hombres de Negocios (CMHN), donde se reunieron los más prominentes grupos empresariales, como respuesta al apoyo a Cuba por parte del gobierno mexicano, a la tolerancia al Movimiento de Liberación Nacional (MLN) y

a la nacionalización de la industria eléctrica, entre otros. En 1975 apareció el Consejo Coordinador Empresarial (CCE) como una reacción de la fracción económica a las políticas de Echeverría, en vista de las elecciones presidenciales de 1976.

(6) BASAÑEZ, Miguel: *La lucha por la hegemonía en México 1968-1980*, 7a.ed., México, Edit. Siglo XXI, 1988, pp.9-10

(7) GRANADOS CHAPA, Miguel Angel: *La banca nuestra de cada día*, 4a. ed., México, Edit. Océano, 1985, pp. 83-87

(8) BASAÑEZ, Miguel: *ob. cit.*, p. 88.

(9) v. BOHMANN, Karin: *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, trad. Alejandro Zenker, 1a. ed. en español, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Alianza Editorial, Colección Los 90, México, 1989, pp. 372-375.

(10) GRANADOS CHAPA, Miguel Angel: *ob. cit.*, pp. 100-103

(11) v. BOHMANN, Karin: *ob. cit.*, p.378 y la columna *Empresa* de Alberto Barranco, en *La Jornada*, 9 de mayo de 1990, p.20

(12) Para tener una visión detallada al respecto v. FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima: *La industria de radio y televisión (gestación y desarrollo*, en: El Estado y la Televisión, el caso de México, Nueva Política, Vol. 1. No. 3, julio-septiembre 1976, pp. 237-248)

(13) Datos tomados de FUENTES FIERRO, Aquiles: *Papel y medios impresos: Desarrollo económico y derecho a la información*, México, Cuadernos del Taller de

Investigación en Comunicación Social (TICOM), UAM, No. 29, Diciembre de 1983, p. 149:

(14) v. SMITH, Peter: *Los laberintos del poder. El reclutamiento de las élites políticas en México (1900-1971)*, trad. Soledad Loaeza y Joaquín Urquidi, 1a. ed., México, Edit. El Colegio de México, 1982, pp.414.

(15) v. *Proceso* No.715, 16-julio-1990, pp.12°-16.

(16) En el cuarto capítulo de este trabajo se ofrece información sobre las crisis económicas, en especial en las décadas de los 70 y 80.

(17) v. la columna *Plaza Pública* de Miguel Angel Granados Chapa, en *La Jornada*, 12-julio-1990

(18) El CCE fue fundado con los representantes de las cámaras comerciales (Concanaco), industriales (Concamin), así como por cinco agrupaciones privadas: Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex), Consejo Mexicano de Hombres de Negocios (CMHN), Consejo Nacional Agropecuario (CNA), Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) y la Asociación de Banqueros de México (ABM), la cual a raíz de la nacionalización de 1982 fue reemplazada por la Asociación Mexicana de Casas de Bolsa. El surgimiento del CCE fue una respuesta de la fracción financiera de la burguesía a las organizaciones corporativistas representadas por las cámaras industriales, en los que debieron organizarse durante el Cardenismo; se trata de un núcleo con un creciente poder económico, y cuya acción política hegemónica se consolidó en la década de los 80, como hemos señalado. Actualmente, una de las organizaciones empresariales más poderosa, que agrupa a los grupos económicos clave en el bloque hegemónico, es el Consejo Mexicano de Hombres de

Negocios (CMHN), el cual es parte fundamental del CCE; ambos mantienen, la hegemonía en el resto de las organizaciones empresariales. El CMHN nació a finales de la década de los 60, por iniciativa del industrial de origen italiano Bruno Pagliai, con el propósito de promover a México en el exterior, principalmente en Estados Unidos, en los campos económico, social y cultural. En los últimos años, el CMHN ha terminado por dominar al CCE por dos vías: la económica, pues aporta el 90 por ciento de los ingresos de la máxima representación privada, y la electoral, pues controla cuatro de los siete votos que gobiernan al CCE. Esos cuatro votos son los de las casas de bolsa, las instituciones de seguros, la Confederación de Cámaras Industriales y el del propio CMHN. El Grupo Monterrey es el que controla al CCE, pues cuenta con ocho asientos en éste: cuatro para el grupo Visa, dos para Alfa, uno para Vitro y uno para Cydsa; el grupo Espinosa Yglesias tiene cuatro, el grupo Legorreta, tres, el grupo Abedrop Avila dos, el Grupo Azcárraga igual número; otros grupos como los de Aarón Sáenz y Eloy Vallina poseen un asiento en este organismo cúpula.

(19) v. los trabajos de MEJIA BARQUERA, Fernando y CORDERA CAMPOS, Rolando.

(20) v. (AGUILAR M., Alonso et al: *La Nacionalización de la Banca: la crisis y los monopolios,* 3a. ed., México, Edit. Nuestro Tiempo, 1985, p. 72.

(21) *Ibídem*

(22) *Idem, p. 73*

(23) En el Partido de la Revolución Democrática figuran Cuauhtémoc Cárdenas y Porfirio Muñoz Ledo, entre otros ex priistas.

(24) *Ibídem*, p. 37.

(25) Cifras de la Asociación Mexicana de Bancos, citadas en un reportaje de *Proceso* revelan que la infraestructura de la banca expropiada en 1982 era más bien dispersa y que cuantitativa y cualitativamente, la banca que recibió y la que reprivatizó Salinas de Gortari es distinta. primero, las cantidades, hay sólo 20 bancos comerciales (dos son privados: Citibank y Banco Obrero), contra 64 de 1982. El número de cuentas se acerca a los 40 millones, contra los 31 millones de 1982. Los tarjetahabientes pasaron de dos millones en 82 a más de seis millones en 1990 . Los activos totales, a mediados de 1990, se acercan al 30 por ciento el PIB, unos tres puntos porcentuales más que en 1982. "...la oferta que se hace a los capitalistas de dentro y de fuera del país no es cualquier cosa: el pastel que se llevarían los afortunados es realmente atractivo: 18 bancos múltiples, de los cuales Banamex y Bancomer, los más importantes del país, ocupan respectivamente los lugares tercero y cuarto de una lista de los 100 bancos más grandes de América Latina". Con la reprivatización están de vuelta los mismos protagonistas de 1982, pero con algunos cambios obligados por la recomposición de fuerzas. En el Banco Internacional, por ejemplo, se menciona entre los compradores a Gabriel Alarcón, dueño de *El Heraldo,* y Rómulo O'Farril, de Televisa. (v.*Proceso* No. 707, 21 de mayo de 1990, p.14-19)

(26) El PAN también se adjudicó nueve de las quince diputaciones de mayoría en el congreso estatal y dos de las cuatro presidencias municipales de la entidad, las de Tijuana y Ensenada.

(27) v. el análisis realizado por EL FINANCIERO, 1 de diciembre de 1988)

(28) Datos tomados del artículo *Vida y milagros del gobierno mexicano,* publicado por Carlos Ramírez en *El Financiero,* 7 de diciembre de 1989, p. 84.

(29) v. AGUILAR et. al, *ob. cit.*, pp.223-224.

(30) *Ibídem,* p. 57-58).

(31) LOPEZ PORTILLO, José: *Mis Tiempos,* México, 1a. ed., Fernandez Editores.

(32) AGUILAR, et. al. *ob. cit.*, p. 29-31 (cursivas nuestras)

(33) Información publicada en *El Financiero,* 10-julio-1990.

(34) v. *Proceso* No. 693, 12-febrero-1990,p. 21.

III. *Prensa, política y sociedad en México*

A. La prensa como empresa
   1. Publicidad y propaganda en la empresa periodística
   2. La industrial del papel y la empresa periodística
   3. Régimen jurídico de la empresa periodística

B. La prensa como institución social
   1. Mecanismos de control de la prensa
      a). Instituciones
      b). Control mediante intromisión política
   2. Corrupción
   3. Represión

C. Vinculación de las empresas periodísticas con capital extranjero

D. Caracterización de la prensa en México
   1. Desarrollo histórico
   2. Relación del gobierno y la prensa

III. Prensa, política y sociedad en México

En la medida en que el bloque financiero-industrial de la burguesía impuso su proyecto histórico, se crearon las condiciones para conformar una industria masiva de la comunicación que difundiera la cultura burguesa y manejara la información. *Así, los medios de comunicación se integraron al conjunto de la economía y se desarrollaron de manera similar al resto de la industria, es decir, en forma de monopolios, con una marcada dependencia del exterior, con la influencia de los medios trasnacionales y ligados orgánicamente al capital financiero y a los principales grupos industriales y comerciales del país.*

Debemos observar que la prensa en México, como en cualquier sociedad, además de ser una industria, una actividad económica, es una institución social que envía mensajes y transmite ideología y, en consecuencia, realiza una función política; por eso debemos analizar cuál ha sido el rol del periodismo mexicano en esas dos facetas. Comencemos por analizar a la prensa como empresa.

A. La prensa como empresa

Hemos dicho que en México el sistema nacional de comunicación social se ha conformado, básicamente, como un sector industrial estrechamente vinculado a los procesos económicos del país.

La conformación de los medios de comunicación social como sector definido de la economía y de la industria está dada por el origen y desenvolvimiento de éstos como propiedad privada, es decir, por ser inversiones del capital en el marco de un sistema económico en el que el móvil de la ganancia y la reproducción de la clase dominante son constantes prioritarias.

> ... el medio de comunicación también es un productor de mercancías sujetas a la dinámica de los ciclos y los flujos económicos. Los medios de comunicación juegan un papel destacado en la determinación de la velocidad de rotación del capital social. Su función, en el marco de la sociedad capitalista, es favorecer el consumo masivo a través de la publicidad así como la prevalencia de las prácticas culturales e ideológicas propias de la clase en el poder (1).

Por ello, la transformación de las actividades informativas y comunicativas en mercancías no es ajena a la estructura cultural burguesa, sino que es parte de su incorporación al proceso de reproducción del capital social.

Ahora bien, si decimos que la prensa se define como una industria, como una empresa que transforma la información en mercancía, debemos explicar bajo qué criterio hacemos tal afirmación.

Cuando la relación entre el productor y el consumidor (en este caso receptor) no se da en forma directa de compra-venta, se habla de servicios; uno no compra un programa de televisión o radio, una película o un cine. Mediante la denominación servicio se intenta abstraer al medio de comunicación de su carácter capitalista y dotarlo de una falsa objetividad, así como de apoliticidad. Sin embargo, uno no compra un tren o un avión para viajar, ni un hotel o una agencia de viajes, y nadie niega el carácter industrial del transporte o el turismo. En términos del ciclo del capital no existe mayor diferencia entre un productor de maquinaria y un propietario de algún medio de comunicación social. Tanto el primero como el segundo realizan una inversión con el objeto de recuperarla y obtener una ganancia. La diferencia estriba en las características propias de los valores de uso producidos, los cuales no son necesariamente materiales (2).

Las mercancías producidas en los medios de comunicación (las actividades informativas y comunicativas) permiten al resto de los capitalistas, por medio de la promoción de otras mercancías -bienes y servicios-, acelerar los ciclos de rotación de sus capitales y el flujo de sus ganancias. La

mercancía en venta, por tanto, se convierte en un insumo propio de la esfera del ciclo del capital mercantil.

Ahora bien, los periódicos son productos vendidos por debajo de su valor; no son mercancías comunes y corrientes. Más bien, el proceso de producción de un diario implica la concatenación de varias ventas de mercancías diferentes. Por un lado, la venta de espacio de la edición, el cual es utilizado con fines publicitarios o propagandísticos; por otro, se compra y vende información y noticias; por último, se venden los ejemplares correspondientes a cada edición.

Un primero efecto de la orientación mercantil de la industria periodística es que las noticias son consideradas preponderantemente como *materia prima* indispensable para difundir publicidad y propaganda: la noticia ha dejado de ser el objetivo del quehacer periodístico y se ha convertido en una materia prima más.

Antaño, señalaba el maestro Manuel Buendía

> En gran medida la circulación de la prensa estaba fundada en lo que en el lenguaje periodístico se conocía como "ganar la noticia" y, desde luego, en la calidad y fama de sus colaboradores. Hubo columnistas que cada tercer día y especialmente los domingos, eran esperados con ansia por los interesados en la política, porque habían logrado formar un poderoso equipo de información, que lograba penetrar en los grupos políticos más cerrados, y conseguir "primicias" sobre decretos, nombramientos, remociones en las esferas gubernamentales... (4)

Hoy en día, merced al carácter mercantil de la prensa, es decir, por su carácter primordial de elemento reductor del ciclo de circulación del capital, observamos que la circulación se determina a través de la venta de espacio para insertos publicitarios. Esto quiere decir que los anuncios comerciales (publicitarios o propagandísticos) son el eje del funcionamiento de los medios de difusión en México. Así, generalmente la prensa -salvo los periódicos que dependen del subsidio federal o de algún grupo político o económico-, se financia en base a la venta de publicidad.

La gran prensa contemporánea es alentada por industriales y profesionales de la publicidad que fundan sus órganos periodísticos más como complemento e instrumento de sus negocios, que por fines estrictamente periodísticos.

En una entrevista con el grupo Veinte Mujeres y un Hombre, el escritor Luis Spota resumió contundentemente este proceso, al afirmar que la prensa "va dejando de ser periódico de periodistas para ser empresa... detrás de los grandes grupos económicos, hay periódicos" (5).

Esta función mercantil de la prensa es permanente, no sólo privativa en momentos de modernización o de crisis, como ocurre con los mecanismo de control político de ésta, los cuales serán explicados más adelante.

Los elementos anteriores nos permiten hacer una primera categorización: en México, los medios de comunicación poseen, preponderantemente, una estructura mercantil y están organizados principalmente para ganar dinero, para obtener un lucro, el cual está condicionado a la lógica de la producción capitalista: invertir lo mínimo para ganar lo más posible.

Al analizar el proceso de mercantilización de la prensa en cuanto medio de comunicación, que corresponde a formas particulares de financiamiento, *grosso modo* el investigador Cees Hamelink identifica cuatro etapas: (6).

Primera etapa.-

En este periodo, con la impresión de periódicos, surge la industria informativa de primera escala. En las empresas existe un alto grado de integración entre la producción, la distribución y el financiamiento. La propiedad y la administración se combinan en la persona del empresario privado (invariablemente, un financista, un banquero o un comerciante), que funda y financia el medio.

En nuestro país encontramos ejemplos de esta etapa en los periódicos del siglo XIX y en los fundados a principios de este siglo.

Segunda etapa.-

En este periodo se empiezan a diferenciar los procesos de producción, distribución y financiamiento. Con el surgimiento de los medios de circulación masiva a nivel nacional, crece la necesidad de financiamiento externo y se separan la administración y el financiamiento. Aparecen diversas fuentes de financiamiento externo que no participan directamente en la producción, como los subsidios gubernamentales y la publicidad, los financiamientos bancarios y de grupos privados y, en los países industrializados, especialmente en Estados Unidos, la colocación de acciones entre grandes sectores del público, a través del mercado de valores.

En nuestro país esta segunda etapa, que podríamos llamar de consolidación industrial, se lleva a cabo aproximadamente entre 1915 y finales de la década de los 40, momento histórico en el que surgen los diarios *Excélsior*, *El Universal*, *La Prensa* y *El Nacional*. En esta etapa también tiene lugar la fundación de la empresa Productora e Importadora de Papel, S.A. (PIPSA), durante el régimen de Lázaro Cárdenas. Como veremos más adelante, este ha sido un elemento vital en la relación entre prensa y gobierno (7).

Tercera etapa.-

Se trata de un período de continua expansión de la industria de los medios masivos, principalmente a nivel nacional, que requiere volúmenes cada vez mayores de capital. En esta fase -que se ubica históricamente después de la Segunda Guerra Mundial- se registra una tendencia a la concentración en los medios masivos, a través de la integración horizontal y vertical y, lo que tiene mayor incidencia aún, a través de la diversificación.

Esta etapa es la que se inicia en nuestro país en la década de los 40, con la consolidación del bloque dominante de la burguesía. En esta fase surge la primera gran cadena periodística, la del coronel García Valseca, que persiste hasta nuestros días como la Organización Editorial Mexicana.

El autor señala una cuarta etapa, de trasnacionalización de la industria de la información, que obviamente no ha aparecido aún en el sistema informativo mexicano. Esta fase sí se aprecia claramente en la infraestructura informativa de los países industrializados, que adquirió un ritmo vertiginoso a partir de la década de los 60, con el crecimiento de las agencias trasnacionales de información y publicidad. Esta aceleración coincide con la internacionalización de la banca y con la tendencia a la concentración de la propiedad industrial en general, a través del pasaje de las acciones de personas individuales a instituciones financieras y otras corporaciones industriales en las naciones desarrolladas.

El hecho de que la prensa se conciba como una empresa en México nos lleva a analizar los factores económicos que confluyen en este sector. En tanto industria, la situación de la comunicación impresa es determinada por tres factores esenciales: la publicidad, la propaganda y la industria del papel, los cuales son la clave para desentrañar el marco histórico en el que se han desenvuelto los medios en nuestro país.

1. Publicidad y Propaganda en la empresa periodística

La publicidad gubernamental y privada juega un rol fundamental en los medios periodísticos de México. Hemos visto que la década de los 40 marcó el inicio de la industrialización en nuestro país, ya que la mayor parte del capital, incluido el extranjero, se ubicó en la industria como capital dominante, al tiempo que las fracciones financiera e industrial de la burguesía impusieron su hegemonía en el sistema económico y político.

En ese proyecto histórico de la clase dominante, la industria de la comunicación debió adecuarse al fomento del consumo; por ello la publicidad comenzó a jugar un rol de mayor peso tanto en la radio como en la televisión y, lógicamente, fue el principal factor de consolidación de la

industria periodística y editorial, junto con los subsidios brindados por el gobierno.

La prensa como medio de difusión masiva no ha quedado fuera del alcance de los mecanismos de la sociedad de consumo. La prensa es también una empresa comercial -compra y vende-, aunque con algunas características que la distinguen del resto de empresas comerciales: la principal de ellas es que la venta de su producto no recupera el capital invertido.

Por ello, la publicidad representa una inversión destinada a recuperar con demasía, en el menor tiempo posible, los capitales invertidos en todo tipo de productos (necesarios o no) existentes en el mercado.

Los ingresos obtenidos con la venta del periódico al público lector representan una escasa ganancia, y si cada diario fuera vendido a su precio real, éste serie muy alto y no habría compradores suficientes. Por ello, la empresa periodística debe allegarse otra fuente de ingresos: la venta de su espacio a terceros, es decir, publicidad e inserciones pagadas. Esta es una característica estructural fundamental en la prensa mexicana.

Es precisamente la venta del espacio periodístico el elemento que define las relaciones de la prensa con los diversos grupos económicos y políticos que existen en el país.

> Primero es la imposibilidad de cualquier periódico de venderse a su verdadero valor, lo cual obliga a vender espacio para la inserción de publicidad. Segundo, la publicidad subordina los flujos de información, llegando, en ocasiones, a convertirla en un vehículo indispensable para hacer llegar los anunciantes al público lector. Por esa vía, la de la libertad de compra y venta disfrazada de libertad de expresión, la noticia, la información y la opinión se convierten en armas de coquetería para satisfacer los intereses de los anunciantes (Estado e iniciativa privada), pasando a formar parte del acervo de dominación de las clases en el poder, a la cual pertenecen la mayoría de los editores (8).

Así, pues, las fuentes de ingresos de la gran prensa se componen de: 1) el ingreso publicitario y propagandístico y 2) el ingreso por ventas de ejemplares y suscripciones.

Debemos considerar, por otro lado, que además de esos afluentes declarados, la prensa cuenta con otros ingresos no manifiestos, como créditos y donaciones en dinero y especie por parte del gobierno y de grupos representantes del poder político y económico.

Si la venta del diario es el renglón de menor peso en el sostenimiento económico de la empresa periodística, la publicidad, en cambio, se ha convertido en el brazo más fuerte para su financiamiento.

La participación del Estado o de grupos privados en la compra de publicidad de las publicaciones periodísticas obedece a ciertas reglas del juego político que caracteriza al sistema mexicano de gobierno. Por ello, la publicidad determina y condiciona la supervivencia de las empresas periodísticas y muchas veces restringe las posibilidades de desenvolvimiento de cualquier publicación más o menos independiente (9).

Las tarifas para la inserción de publicidad y propaganda se establecen de acuerdo al tiraje de cada periódico, al espacio que ocupen, al lugar o sección donde se publiquen y a otros factores técnicos. Un anuncio en una plana impar interior, por ejemplo, es más caro que uno publicado en una plana par. La última plana se cotiza más caro que cualquier otra (10).

Si bien la publicidad de empresas privadas constituye un fuerte pilar económico para toda la prensa, existe otra posibilidad que en ocasiones representa mayor peso que la misma publicidad: la compra de espacios periodísticos por el gobierno, con fines autopropagandísticos.

Así, el gobierno aporta fondos que se manejan de forma informal y secreta, como préstamos, dádivas, condonación de deudas; el monto de esas erogaciones es difícil de

determinar, dado que se manejan con criterios políticos y de manera secreta.

Las inserciones no comerciales es decir, de carácter político, deben ser clasificadas como propaganda y es necesario aclarar que éstas se cobran a mayor precio que la publicidad comercial.

En el ramo publicitario mexicano, al igual que ocurre en otros sectores de la economía, existe una marcada dependencia del extranjero. En el inicio de la década de los 80 existían en el país cerca de 185 agencias de publicidad y otras tantas que realizan actividades relacionadas o similares.

> ...De todas esas, son aproximadamente 10 las que absorben el 40 por ciento de la publicidad del país (...) Con ellas se complementa la cadena de la dependencia estructural que cubre virtualmente no sólo las actividades económicas sino que llega a las actividades ideológico-culturales-recreativas" (11).

Ahora bien, la publicidad, como una mercancía más, es distribuida por empresas especializadas para alcanzar mayores promedios de venta. El anunciante, en lugar de ir periódico por periódico, acude a un representante periodístico, el cual distribuye entre sus afiliados el anuncio en cuestión a cambio de un porcentaje del precio al cual se publique el anuncio. Aproximadamente el 90 por ciento de los periódicos de provincia consiguen la publicidad de influencia o alcance nacional y una buena parte de sus noticias por medio de agencias de representación periodística (12).

Esas agencias son empresas intermediarias de la información y la publicidad y se han constituido como un modelo empresarial con franca tendencia al dominio y control de la prensa mexicana. En el cuadro A-2 del anexo de este trabajo se presentan las principales agencias de representación periodística que funcionaban en la capital del país, con datos vigentes al primer trimestre de 1990. La función de estas agencias

> ...consiste en reducir costos a los periódicos del interior de la república por la vía de asegurar cierta cuota de publicidad y evitar el engorroso proceso de producir información, es decir, hacer periodismo" (13).

Si bien hemos marcado diferencias entre publicidad y propaganda, en los medios impresos ésta no presenta una identificación clara e identificable; no toda la publicidad y propaganda es publicada en forma de anuncio. Varias inserciones pasan como noticias teniendo al calce las iniciales IP (inserción pagada), o se publican en un recuadro (14), pero la generalidad en la prensa mexicana es que son publicadas sin ningún aviso y se confunden con las notas generadas por los diarios.

El exdirector de *Unomásuno*, Manuel Becerra Acosta, en un artículo publicado por el diario español *El País* y reproducido en *Proceso* resume estas prácticas:

> De las oficinas goebelianas (15) afloran como de un invernadero, notas, editoriales, secciones de chismes y alusiones personales, opiniones, análisis, sin que con frecuencia los firmantes hayan puesto un dedo en la tecla o pronunciado sílaba alguna ante el magnetófono (...) Es frecuente la publicación de artículos en primera plana en *Excélsior*, que son escritos por los amanuenses del PRI (16).

El panorama global del desarrollo reciente de los medios impresos nos conduce de manera directa a una conclusión: en el binomio función cultural-función comercial, el segundo factor tiende a imponerse.

En el marco de la industria editorial y de los medios impresos no integrados a la industria, sólo las grandes empresas, las que editan sólo cuando tienen asegurado un gran tiraje, las que tienen apoyos publicitarios, las que se han vinculado a poderosos grupos empresariales, industriales o trasnacionales, son quienes han asegurado su sobrevivencia.

La comercialización en la prensa, la concentración del capital, así como el manejo empresarial de las casas editoriales causan un proceso concomitante: la reflexión crítica y la circulación democrática de la información sobreviven en un espacio cada vez más pequeño y hostil, en

permanente desarraigo de las masas y sin posibilidades de trascender socialmente.

2. La industria del papel y la empresa periodística

Otro mecanismo que ha moldeado a la empresa periodística es la producción y comercialización del papel destinado a la escritura e impresión. Desde el surgimiento de la prensa industrial, la escasez y el alto costo del papel han sido problemas constantes para ella.

El Estado mexicano participa en la producción y distribución de papel periódico, a través de la Productora e Importadora de Papel (PIPSA), creada durante el sexenio de Lázaro Cárdenas con miras a intervenir en la distribución y producción del papel; en 1974 el Estado amplió sus inversiones en el rubro de producción de papel y fundó Productora Nacional de Papel Destintado (Pronapade) y más tarde la Mexicana de Papel Periódico y la Compañía de Tuxtepec, todas empresas estatales encargadas de atender a los periódicos y muchas de las revistas que circulan en el país.

La intervención estatal en el ramo papelero data de 1935, año de la fundación de PIPSA (17). En los hechos, el Estado es la única entidad capacitada para producir papel periódico. Sin embargo, la participación estatal en la industria editorial ha sido contradictoria porque por un lado asegura la demanda interna de papel periódico, incrementa la producción y mejora los índices de productividad y, por el otro, facilita la proliferación de monopolios en otras áreas de producción y establece un sutil control político a través de la distribución del papel.

En la rama del papel destinado a la prensa, al igual que en otros ramos de la industria mexicana, existe también una gran dependencia hacia la producción extranjera. ¿Por qué si el Estado posee empresas papeleras no produce todo el que se requiere, o aún incluso para exportar? Porque a pesar de que

el papel periódico es el de mayor demanda en la producción nacional, el precio del que se produce en plantas mexicanas es muy alto y su calidad es mala; por ello los empresarios prefieren el papel importado.

Ahora bien, en los países capitalistas productores, la industria papelera está en manos de un número muy reducido de compañías y los productores más importantes tienen sus oficinas centrales en Estados Unidos. *International Paper* ocupa el primer lugar en la industria y determina los precios para el mercado mundial del papel. También están muy involucradas en la producción de papel algunas empresas de la industria de la información, como New York Times, Washington Post, Time, ITT, y Reed International. La concentración de las empresas del papel se ve favorecida por la concentración de la producción global del papel en un reducido número de regiones industriales. Aproximadamente el 80 por ciento de la producción mundial del papel proviene de Estados Unidos, Japón, Canadá, los países escandinavos, la Unión Soviética y Alemania Federal. "Un pequeño número de países occidentales controla, sin dificultades, el mercado mundial" (18).

Los ejemplos más claros de la presencia del capital imperialista en la industria papelera en México son las corporaciones *Kimberly Clark* y San Cristóbal.

Probablemente la empresa papelera más importante del país es *Kimberly Clark*, que fue fundada en julio de 1961. Se trata de una sociedad anónima con acciones en la bolsa de valores. En 1981 Banamex era propietario del 67 por ciento de las acciones nominativas y *Kimberly Clark* de los Estados Unidos poseía el 33 por ciento restante. En esa época, *Kimberly Clark* poseía tres plantas: en Orizaba, Ver., Naucalpan y San Juan del Río (19).

La otra empresa papelera importante vinculada al capital trasnacional es San Cristóbal y sus filiales, Negociación Papelera Mexicana (Nepamex) y San Juan. San Cristóbal fue fundada en 1951; Nepamex nació en 1939 y San Juan en 1967. Constituyen una sociedad anónima de capital variable en la

que participan la iniciativa privada, el Estado y una organización estadounidense; hasta 1981 el 30 por ciento de las acciones pertenecían a *Scott-Paper* y el resto a Nafinsa y Comermex, es decir, al monopolio del Grupo Chihuahua (20).

El grupo económico que controla la industria del papel, la que ha conformado como un monopolio, es el de Eloy Vallina, de Chihuahua (quien mantiene vínculos familiares con el grupo Monterrey), controlador de las empresas Industria Papelera Mexicana, Papelera de Chihuahua, Sacos de Papel, Consorcio Papelero Mexicano, Representaciones y Comisiones del Norte y Construcciones y Diseños Industriales, entre otras.

3. Régimen jurídico de las empresas periodísticas

El régimen jurídico de las empresas periodísticas contempla dos tipos de administración: las sociedades anónimas y las cooperativas.

Una sociedad anónima, según el artículo 89 de la Ley General de Sociedades Mercantiles, es aquella que existe bajo una denominación y se compone exclusivamente de socios, cuya obligación se limita al pago de sus acciones. En cambio, las cooperativas de producción están integradas por individuos de la clase trabajadora que aporten a la sociedad su trabajo personal (artículo 1, fracción 1 de la Ley General de Sociedades Cooperativas).

Las cooperativas deben poseer las siguientes características, según la ley mencionada:

I.Estar integrada por individuos de la clase trabajadora, que aporten a la sociedad su trabajo personal, cuando se trate de cooperativas de productores,

II. Funcionar sobre principios de igualdad en derechos y obligaciones de sus miembros,

III. Funcionar con un número variable de socios, nunca inferior a 10,

IV. Tener capital variable y duración indefinida,

V. Conceder a cada socio un solo voto

VI. No perseguir fines de lucro,

VII. Procurar el mejoramiento social y económico de sus asociados mediante la acción conjunta de éstos, en una obra colectiva.

VIII. Repartir sus rendimientos a prorrata entre los socios, en razón del tiempo trabajado por cada uno, si se trata de cooperativas de producción.

Las sociedades anónimas se pueden fundar ante un notario público o por medio de una suscripción pública ante el Registro Público de Comercio. La distribución de las ganancias se hace de manera proporcional a las aportaciones: quien posee un gran paquete de acciones tienen derecho a dividendos equivalentes a su dimensión.

En las cooperativas, los rendimientos se distribuyen de acuerdo con la duración de la relación laboral del socio; teóricamente, el objetivo principal de una sociedad cooperativa no es el lucro, sino la superación social y económica de todos los socios.

El derecho de voto es uno de los aspectos fundamentales en cada una de las formas de sociedad, ya que éste determina el control de la empresa. En la sociedad anónima se otorga un voto por cada acción, lo cual significa que los principales accionistas disponen de la mayor influencia; en las sociedades anónimas, el administrador o presidente del consejo de administración ejerce la representación. En la sociedad cooperativa la máxima autoridad es la asamblea general y en las sociedades anónimas la asamblea general de accionistas.

En las sociedades anónimas es importante saber quiénes son los socios para determinar quiénes deciden la política editorial del periódico; sin embargo, en la práctica ocurre que algunos accionistas, sin participar activamente en las labores cotidianas del periódico, determinan los lineamientos editoriales a seguir, depositando en quienes tienen los

puestos administrativos más altos, la facultad de imponer su criterio en los asuntos cotidianos. En otras sociedades, por el contrario, el accionista se encarga personalmente de decidir sobre las políticas generales y particulares.

En los periódicos que operan bajo el régimen de sociedad anónima, suelen coincidir los socios y accionistas con los miembros del consejo de administración.

B. La prensa como institución social

Ya hemos dicho que la prensa debe analizarse en una doble perspectiva: como empresa y como institución social; separamos ambos elementos tan solo con fines expositivos, dado que en la práctica éstos confluyen incesantemente.

La mayor parte de los diarios que operan en nuestro país son de propiedad privada y por ello obedecen principalmente a un criterio de rentabilidad económica; ahora nos interesa poner de relieve que no están exentos de la búsqueda de influencia política y que, por lo tanto, tienen importancia social.

Además de ser una empresa que busca ganancias, un periódico también cumple con una función social: busca una conducta o una visión del mundo acorde a los intereses de quien edita cada diario.

Al poseer ese doble carácter, algunos periódicos responden más directamente a intereses políticos específicos, pero las más de las veces supeditan este aspecto a lo económico, es decir, a la ganancia.

Este elemento nos ayuda a explicar la vinculación entre personajes políticos de relevancia y algunos periódicos en diferentes etapas históricas del país, como es el caso de la compra de *El Sol de México* por Mario Vázquez Raña durante el sexenio de Luis Echeverría, o la fundación de *El Heraldo de México* durante la administración de Gustavo Díaz Ordaz (21).

Todos los periódicos en México se mueven por diversas influencias y son escenario de luchas, presiones e intereses

de distinta índole. Por ello no puede hablarse de la objetividad de la prensa, porque en cada empresa existen preferencias, bien por el sector empresarial, bien por el gobierno; es difícil definir con claridad una línea política perfectamente definida para cada diario.

> Existe, más bien, un pragmático equilibrio entre las tendencias que cada diario busca favorecer y la omnipresente influencia gubernamental, que se manifiesta y busca prevalecer de muy distintas formas: asignación de publicidad, suministro de papel, presiones muy diversas a los directivos y funcionarios y hasta en casos muy extremos, persecución a periodistas. (22)

Los mecanismos de control gubernamental han cambiado según las circunstancias políticas y económicas del país, hasta conformar una amplia red de sutiles mecanismos de tipo ideológico, económico, político y legal, que pesan sobre toda la maquinaria informativa para garantizar que únicamente ejerzan el papel de emisores públicos aquellos órganos de difusión vinculados con las fuerzas reales de poder.

Entre esos mecanismos existen algunos muy conocidos, como la necesidad de obtener un certificado de licitud previo dictamen de una comisión calificadora de publicaciones y un permiso para la importación de maquinaria y artículos de impresión. También existe un organismo estatal dedicado a producir e importar papel para periódico y, por otra parte, oficinas dedicadas a la configuración de la información producida en cada dependencia estatal y una franquicia postal para la distribución de diarios y revistas.

Cabe señalar que casi todas esas medidas de control fueron instauradas en los momentos en que se consolidó la corporativización del Estado y el acelerado proceso de industrialización de los años 40.

Veamos ahora cómo emplea el gobierno esos instrumentos de control de la prensa:

1. *Mecanismos de control de la prensa*

a). Instituciones

1). PIPSA

El 10 de septiembre de 1935 el presidente Lázaro Cárdenas expidió un acuerdo por el que se creó la Productora e Importadora de Papel, S.A. En el texto correspondiente, el presidente asentó:

> Con toda justificación, las empresas editoras de periódicos han venido solicitando que el Gobierno Federal intervenga para corregir los inconvenientes de la situación actual, que deja por completo en manos del monopolio productor de papel la fijación del precio de este artículo, en términos de que para elevarlo, no se atiende a otras consideraciones que las dictadas por el espíritu de lucro de los productores. No es posible permitir que subsista semejante estado de cosas, ya que con nada se favorecen los intereses nacionales, sino antes bien se detiene el adelanto de nuestra cultura. El gobierno federal, en tales condiciones, está obligado a buscar la forma de poner coto a los excesos de un monopolio industrial (...) Con este propósito deberá formarse una institución capacitada para llevar a cabo las operaciones comerciales de importación y compraventa que se requieren para impedir los abusos del monopolio existente, sin más propósito que el de fomentar, mediante el abaratamiento del papel, los diversos aspectos de la obra cultural que con la imprenta cabe realizar". (23)

Algunos investigadores consideran que es posible que tal como menciona el acuerdo, el gobierno federal no obtenga ganancias como resultado de las operaciones de importación o elaboración de papel, pero sí obtiene un poder formal sobre las empresas periodísticas privadas, quienes dependen prácticamente del Estado para la edición de los diarios.

A este respecto es importante mencionar que el presidente del consejo de administración de PIPSA es el secretario de Gobernación, lo que permite suponer que a través del organismo en cuestión, el Estado ejerce un control de las empresas periodísticas, sobre todo en momentos de crisis política. Sin embargo, hay evidencias de lo contrario:

> Lejos de constituir un riesgo para los periódicos, éstos se benefician de ella (PIPSA), pues obtienen papel importado a precio equiparable al de fabricación nacional. Llega a tal grado esta conveniencia, que cuando el Estado manifestó su decisión de liquidar la sociedad, los editores solicitaron en 1965 y 1969 que la vida de la empresa se prorrogara, lo que se aceptó finalmente (24).

Con la fundación de PIPSA se hizo manifiesta la relación de dependencia entre la prensa y el aparato burocrático, aunque cabe señalar que al mismo tiempo los diarios adquieren el papel a un costo más bajo. El decreto que avala la existencia de PIPSA fue renovado en 1968 durante el gobierno de Díaz Ordaz, por petición de los propios directores de los diarios, para tener una vigencia de 30 años más. En 1988, en los primeros meses del régimen de Carlos Salinas de Gortari el decreto fue renovado, pese a que en dos ocasiones el mismo presidente había propuesto a los dueños y editores de diarios privatizar la empresa (25).

Conviene hacernos una pregunta: ¿por qué conviene a los dueños y editores de los diarios la existencia de PIPSA? La respuesta es de Mario Ezcurdia, exdirector de *El Nacional*:

> Vamos a decirlo con toda claridad: todo periódico del mundo tiene que tener en su bodega reservas de papel para un mínimo de dos meses, ningún periódico las tiene en México. Para qué, si PIPSA lo tiene aquí en su bodega y lo tiene y lo trae luego en su camión. ¿Qué pasa entonces? Los costos financieros de tener muerta esa inversión los está pagando PIPSA (26).

Lo anterior nos permite señalar que la desaparición de PIPSA traería consigo la extinción en el mercado de muchos diarios y revistas que no tienen lectores y que viven artificialmente por medio de subsidios -en este caso de su materia prima principal- y publicidad. En tal caso sobrevivirían sólo aquellas publicaciones que la sociedad, no las oficinas de prensa del gobierno, considere de verdadera utilidad pública.

Durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari se realizaron cambios importantes en el mercado de papel, que eliminaron la exclusividad de PIPSA para la importación de

papel periódico. Esto resulta un beneficio para las grandes empresas periodísticas que poseen buena capacidad financiera y una capacidad de consumo de papel relevante, ya que les saldrá más barato ese insumo.

2. Oficinas de prensa

Durante el régimen de Lázaro Cárdenas se creó el antecedente de la actual oficina de prensa gubernamental: el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP), encargado de centralizar la información generada en las distintas dependencias gubernamentales. Las funciones de este departamento pasaron, en el sexenio siguiente, a la Dirección General de Información de la Secretaría de Gobernación, para transformarse, bajo el sexenio de Miguel Alemán, en los departamentos de prensa instalados en cada secretaría, Departamento o empresa estatal para elaborar los boletines que son repartidos a los periódicos; de este modo se difunde la versión oficial de los hechos nacionales.

Esta información boletinada constituye, junto con las declaraciones de políticos y empresarios, el contenido casi exclusivo de las primeras páginas de los diarios en cuanto a información nacional.

Desde 1952 se han ido fortaleciendo presupuestalmente estas oficinas de prensa y se ha ido multiplicando el personal adscrito a ellas. A partir del sexenio de José López Portillo las oficinas de prensa tomaron el rango de Dirección General de Comunicación Social en cada dependencia; gracias a la práctica de los boletines, el Estado logra una férrea centralización de la información política.

Actualmente las oficinas de prensa son el instrumento que sirve a los funcionarios para vedar el acceso a la información, ya que éste es el medio para conseguir entrevistas, documentos, e incluso la entrada a las instalaciones de las dependencias. Los jefes de prensa tienen la facultad de proporcionar o negar la información a los

reporteros y por lo general utilizan tal prerrogativa para premiar o castigar a los periódicos, según sea el "comportamiento" de cada medio.

Es también a través de las oficinas de prensa donde se han montado y perfeccionado las prácticas de corrupción que lastran al periodismo mexicano: presupuestos repartidos subrepticiamente entre los reporteros, las dádivas que constituyen un acuerdo entendido entre periodistas y funcionarios, los sobornos, así como la contratación de publicidad y gacetillas, de las que se entrega una comisión a cada reportero.

Las oficinas de prensa constituyen uno de los más importantes instrumentos de control de la prensa, dado que permiten la manipulación informativa de los medios de comunicación a través de los boletines; tal el camino por el que se impone el punto de vista oficial en torno a los acontecimientos políticos importantes:

> A menudo, los periódicos publican literalmente los boletines, sin siquiera alterar la fecha, lo cual lleva a que los lectores conozcan sólo una versión, que es la que quiere dar a conocer el gobierno, sobre determinados acontecimientos. Con objeto de matizar anotemos que esta práctica gubernamental referente a la política informativa es usual en casi todos los país. No obstante, de acuerdo con mis observaciones, en México dicha práctica rara vez se acompaña de informes críticos adicionales (27).

b. Control de la prensa mediante la intromisión política

Ya hemos señalado que desde su consolidación, el Estado mexicano ha desarrollado distintos mecanismos directos e indirectos para controlar los medios de difusión masiva y éstos se aplican de acuerdo con las necesidades políticas, y van desde los canales contemplados en la legislación hasta aquéllas que constituyen flagrantes violaciones a la ley.

En vista de que el gobierno prefiere emplear medios indirectos en el control de la prensa, los grupos políticos y

económicos que desean editar un órgano periodístico no tienen obstáculo para cumplir con los requisitos legales establecidos para ello. Pero si algún periódico, una vez declarado apto para salir a la luz pública, trata de romper la línea trazada, es decir, si un órgano informativo de gran circulación rompe las reglas del juego censurando -por ejemplo- la actuación presidencial, encontrará obstáculos para el ejercicio de su labor.

Y aquí encontramos un mecanismo de control directo, empleado en casos excepcionales: la intromisión de personajes políticos directamente vinculados con el Poder Ejecutivo para sustituir la dirección o la política editorial de algún periódico. Este mecanismo de control no fue inventado recientemente; existen evidencias de su utilización desde el Porfiriato.

Después de la institucionalización del Estado mexicano, los casos más sonados de injerencia política en periódicos fueron los protagonizados por los presidentes Plutarco Elías Calles en *Excélsior*, en 1929, y Miguel Alemán, en *Novedades*, en 1945. En la historia reciente, los sucesos más relevantes en este ámbito han sido la expulsión de la directiva de *Excélsior*, en 1976, y de Manuel Becerra Acosta del *Unomásuno*, en 1989.

Podemos afirmar que la prensa ha sido controlada sutilmente por cada gobierno en turno. Sin embargo nunca se ha utilizado el enfrentamiento directo con los dueños o directores de los diarios para controlarlos y apropiarse de ellos. El estallido de conflictos laborales internos ha sido el recurso utilizado en el *Excélsior* en 1929 y 1976 y en el *Novedades* en 1945 (28).

> Lo acontecido en *Excélsior* en 1929 es ilustrador para comprender la sutil injerencia del Ejecutivo en el cambio de dirección de los periódicos de gran tiraje, una vez que se dio el paso, como afirmó Calles, de un sistema más o menos velado de gobierno de caudillos a un más franco régimen de instituciones. Con esto queremos decir que ni Calles, ni los jefes del Ejecutivo que le suceden han utilizado después de 1928 el enfrentamiento directo con los dueños de los diarios para apropiarse de éstos. El pretexto más común es la aparición de un conflicto laboral interno (29).

Los sucesos de *Excélsior* en 1976 requieren de un análisis aparte, que podría ser tema para una investigación más amplia. Por el momento debemos señalar que por haber resultado disfuncional al sistema político mexicano, la dirección del diario fue expulsada con la intervención directa del Ejecutivo. De los dos periódicos pertenecientes a la gran prensa fundados a principios del siglo, éste ha sido el único que ha roto con la línea oficialista que sigue el periodismo nacional y por ello es el único al que se ha reprimido abiertamente.

El caso más reciente de injerencia política del gobierno mexicano en un diario, hasta el momento de escribir estas líneas, ha sido la expulsión de Manuel Becerra Acosta de la dirección de *Unomásuno*, en marzo de 1989 (30).

Además de esta intervención directa en los diarios, existen otros mecanismos indirectos de control del gobierno que le permiten entrometerse en la política de éstos: el otorgamiento de franquicia postal para los periódicos y revistas -que les permiten circular por vía terrestre o aérea sin costo alguno-, la entrega de certificados de licitud por la Secretaría de Gobernación, la distribución de papel periódico a bajo precio -a través de PIPSA-, la condonación de deudas a la misma empresa, y los préstamos por la compra de maquinaria a través de Nafinsa.

La posibilidad de negar el certificado de licitud, por ejemplo, representa una censura potencial indirecta, ya que PIPSA no surte papel si no se tiene tal certificado. Karin Bohmann señala que existen pocos casos registrados en los que

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

la comisión calificadora de la Secretaría de Gobernación haya negado el certificado respectivo, por motivos políticos. Uno de esos casos fue el de la revista humorística *La Garrapata,* a la que le fue censurada la mitad de su título: *el azote de los bueyes,* en 1981, y la cual finalmente desapareció, a causa de la presión gubernamental ejercida sobre ella (31).

2. Corrupción

Existe una estrecha relación entre el origen de las oficinas de prensa y las prácticas de corrupción en el periodismo mexicano. Ya hemos dicho antes que es en esas dependencias donde se han montado las peores prácticas que lastran al periodismo, debido a que los funcionarios y políticos utilizan a gran escala diversas formas de corrupción en su relación cotidiana con los trabajadores de la prensa.

Este mecanismo de control tiene viejas raíces en la formación social mexicana, principalmente durante el porfiriato. Al respecto, Petra María Secanella señala que

> ... el dictador Porfirio Díaz inauguró la pauta tan mexicana de atraer a los intelectuales (los *científicos*), entre los que se contaban los periodistas adictos a su régimen. "Según Francisco Bulnes, director de *La Prensa* de la época porfirista, en la restauración de la república sólo el 12 por ciento de los intelectuales dependía del gobierno; diez años después esa proporción había aumentado al 16 por ciento; antes de la caída del dictador un 70 por ciento vivía del presupuesto estatal" (32).

Desde entonces la corrupción periodística ha arraigado a tal grado en nuestro país, que incluso se ha institucionalizado. Existe un vocabulario propio en el medio, con el cual se designan con precisión las múltiples formas en las que se realizan esas prácticas corruptas.

Se habla de "igualas" cuando se paga una suma fija mensual al periodista, para que difunda reportajes que favorezcan los intereses de los que pagan. Los "sobres" son

pagos regulares por concepto de determinado servicio, los cuales son menos comprometedores que los anteriores, ya que no se determinan los contenidos del trabajo periodístico; los reporteros encuentran su "sobre" mensual o quincenalmente en las oficinas de prensa de la fuente que cubren, o incluso en la redacción del diario donde laboran. Existen además las dádivas de fin de año, por lo regular se trata de regalos enviados al domicilio del reportero o a la redacción del diario; no siempre se trata de regalos pequeños, ya que se han dado casos en los que se obsequian departamentos, viajes, terrenos, carros o boletos de avión que los políticos envían a "sus" periodistas (33).

Generalmente se conoce como "chayote" a todo tipo de dádiva en los frentes reporteriles. El origen de la palabra es relatado por Julio Scherer:

> El chayote florece a su máximo esplendor desde que Gustavo Díaz Ordaz institucionalizó su irrigación. Mientras el entonces presidente de la República pronunciaba un día de 1966 el discurso inaugural de un sistema de riego en el estado de Tlaxcala, entre los reporteros corría la voz: "¿ves aquél chayote? Están echándole agua. Ve allá". Allá, semioculto por la trepadora herbácea, un funcionario de la Presidencia entregaba el chayote, nombre con el que desde entonces se conoce el embute en las oficinas de prensa. Tan popular se volvió que su entrega dejó de ser oculta (...) El chayote creció y se institucionalizó, aunque su florecimiento máximo se da en cada campaña del candidato del PRI a la Presidencia de la República...(34).

Un ejemplo ilustrativo de hasta qué grado se ha institucionalizado en nuestro país la corrupción periodística se halla relatado en el libro *Historias de Familia* del mismo autor, en el que se documenta cómo se asignan con documentos oficiales diversas sumas de dinero entregadas a los reporteros, columnistas, directores de periódicos, caricaturistas y fotógrafos. Allí se explica como esas cantidades entregadas son consideradas en las partidas presupuestales de las dependencias encargadas de hacer llegar el dinero a los trabajadores de la prensa (35).

> El protagonista del embute es el sistema -dice Scherer- que enriquece a quien mejor le sirve, y mientras más le sirve más lo enriquece:País de poder concentrado en la cúspide, infiero, deduzco, creo firmemente que el embute se gesta en la Presidencia de la República y se filtra de arriba abajo por las mil venas y arterias del gobierno. Las oficinas de prensa son afluentes de una corriente inmensa. Hay un parentesco entre el boletín de prensa y el embute, y las declaraciones de "línea", cuestan (36).

Otra variante de la corrupción periodística es la existencia de periodistas que aparentan ser articulistas independientes pero que en realidad están enlistados en la nómina de la Secretaría de Información y Propaganda del Partido Revolucionario Institucional (37).

Las prácticas descritas suelen entorpecer el trabajo del periodista democrático y verdaderamente profesional. Su tarea, en tales condiciones, es más ardua y en ocasiones constituye un quehacer casi de investigador clandestino, ya que además debemos considerar la escasez de fuentes documentales fidedignas, bien organizadas y al alcance de los reporteros.

Y esto sucede no sólo en las esferas gubernamentales: en la iniciativa privada también existen mecanismos de ocultación y retención de la información, debido a que por lo general se realiza selectivamente la canalización de la información generada en este sector a determinados diarios, generalmente los que están ligados a los grupos económicos que tienen injerencia en la prensa.

3. *Represión*

El último recurso de control a la prensa, cuando no funcionan con éxito todos los mecanismos descritos, lo constituye la represión, la agresión física directa. Aunque públicamente no se acepta la existencia de la represión para impedir el trabajo de los periodistas, en realidad ésta ocurre frecuentemente. Hay múltiples testimonios de golpes,

amenazas, detenciones e incluso asesinatos, tal como ocurrió con el maestro Manuel Buendía, asesinado en 1984.

El cierre de instalaciones de diarios o la confiscación de ediciones completas por parte de agentes de la Secretaría de Gobernación ha sido frecuente, por ejemplo, en diversos números de la revista *Proceso*.

La distribución de los periódicos constituye un momento clave para que cada publicación pueda cumplir con su objetivo final: llegar al gran público. Cuando se deja de distribuir un diario, se utiliza un monopolio sindical, la Unión de Voceadores y Expendedores de Revistas y Periódicos del Distrito Federal y organizaciones homólogas en el interior del país. Así, es posible que los voceadores dejen de distribuir una publicación "por órdenes superiores", o bien que los empleados del gobierno o agentes policiacos compren todos los ejemplares.

Nos gustaría retomar en este punto la represión contra el periódico *Excélsior* en 1976. La historia reciente demuestra que la disidencia periodística abierta y reiterada anula los mecanismos de control descritos anteriormente y obliga a la utilización de fórmulas más enérgicas. A principios del gobierno echeverrista este diario coincidía con las reformas anunciadas por el régimen, y las respaldó, de aquí que el mismo presidente de la República le otorgó con frecuencia información en exclusiva. A mediados del sexenio, era evidente que las reformas prometidas no se llevarían a cabo; por otro lado la crisis económica avanzó aceleradamente y la pérdida de confianza en el régimen fue cada vez más notoria. *Excélsior* difundió estas noticias con tono pesimista, y disminuyó notablemente su apoyo a las tesis echeverristas, hasta llegar, en el último año del sexenio, a contradecirlas. Mientras esto sucedía, la cooperativa sufrió una serie de agresiones, con la anuencia gubernamental, que culminó con la expulsión del director y de sus colaboradores más cercanos. Esto significa que en momentos de crisis económica y política,

> "el Estado necesita establecer un mayor número de tribunas periodísticas incondicionales y eliminar aquellos órganos informativos que pudieran, aunque sea mínimamente, agudizar las contradicciones existentes" (38).

En una conferencia dictada el 13 de julio de 1976 por Miguel Angel Granados Chapa, Froylán López Narváez, Heberto Castillo y Carlos Pereyra, en el auditorio Che Guevara de la Facultad de Filosofía y Letras, el primero de los citados dijo:

> ...la agresión a *Excélsior* no comenzó hace seis meses (enero de 1976) sino desde 1965; fue debida a la reacción de los grupos de poder que no aceptaban la libertad de prensa. Estas agresiones se manifestaron en diversas formas. En 1968 *Excélsior* fue el único periódico que denunció con veracidad los acontecimientos del 2 de octubre en Tlatelolco, y tal posición trajo como consecuencia un boicot de anunciantes en 1973 y 1975. A partir de enero de 1976 se inició una campaña de difamación contra *Excélsior* que terminó con los sucesos del ocho de julio. (...) Carlos Pereyra postuló las siguientes hipótesis: 1) Lo sucedido fue un golpe del aparato político, no sólo contra la casa editorial sino contra toda la sociedad civil; 2). *Excélsior* había creado una tecnocracia liberal; 3) *Excélsior* estaba jugando un papel de cohesión en la sociedad civil; 4). El aparato político necesitó destruir a esta tecnocracia liberal para eliminar al único interlocutor crítico. Pereyra cuestionó el por qué del golpe a Excélsior una semana después de las elecciones y cinco meses antes del cambio de gobierno. Y respondió que el sistema político mexicano, que se ha caracterizado por un autoritarismo tolerante, está cambiando hacia un autoritarismo despótico (39).

La eficacia de los mecanismos de control del gobierno a la prensa fue evidente en el silencio de la prensa capitalina respecto al golpe al diario *Excélsior*; en contraste, hubo abundancia de notas y cables extranjeros informando de ese acto. En el ámbito nacional, sólo algunos diarios de provincia publicaron la noticia: *La Voz de Durango, El Diario de Yucatán*. En la capital del país, la revista *Plural*, dirigida por Octavio Paz, también publicó una declaración solidaria, firmada por 17 escritores. A ésta, se agregaron

dos manifiestos: uno de 170 intelectuales y artistas publicado en el suplemento *México en la Cultura* de la revista *Siempre*, y otro de la Unión de Periodistas Democráticos que encabezaban Renato Leduc y Luis Suárez (40).

C. Vinculación de las empresas periodísticas con capital extranjero

En el capítulo II señalamos que en los medios de difusión masiva también está presente el capital trasnacional. Si analizamos la estructura de propiedad de la infraestructura material de la comunicación en todo el mundo, observaremos que, en general, ésta pertenece a corporaciones trasnacionales como la International Telephone and Telegraph (ITT) e International Business Machines (IBM) en materia de informática y a agencias informativas como Asociated Press, Reuters, UPI, EFE, en el plano informativo; en el rubro de publicidad y propaganda, la situación es similar.

Existen numerosos trabajos de investigación sobre el papel que desempeñan esas empresas trasnacionales de comunicación en América Latina, cuyos canales de influencia forman una extensa red que se amplía constantemente, a causa del desarrollo vertiginoso de las nuevas tecnologías de información (41). Ese fenómeno ha sido determinante para los cambios ocurridos en la infraestructura periodística en México a lo largo de la década de los 80, como veremos más adelante.

La comunicación en México es colonizada, dependiente; la forma de presentación de los diarios mexicanos es una imitación de la manera de hacer periodismo en Estados Unidos.

Un ejemplo: los diarios mexicanos no se parecen a los diarios de Francia o de otras naciones europeas, por lo menos la mayor parte de ellos; se parecen más a los diarios estadounidenses,

"de modo que hay una imitación digámoslo así no con sentido peyorativo, sino para ilustrar el grado, una imitación servil de la información mexicana, respecto a la información norteamericana" (42).

Ese ejemplo muestra la dependencia de la sociedad mexicana respecto de la sociedad norteamericana; además de ese aspecto eminentemente informativo, los valores que difunde la comunicación dominada por las trasnacionales ratifican también la dependencia de la estructura productiva, a través de la publicidad.

Son tres los rubros más importantes a través de los cuales se hace evidente el control trasnacional de la industria de la información periodística: la exportación de tecnología, las agencias publicitarias y las agencias noticiosas, las cuales se vinculan estrechamente en la práctica, y que sólo separamos por motivos de exposición.

Analicemos brevemente cada uno de estos rubros:

En nuestro país la industria periodística, al igual que los demás sectores de la difusión masiva, tiene que importar casi todos los equipos tecnológicos que requiere para su producción: rotativas, fotocopiadoras, computadoras, impresoras, etcétera; lógicamente, también deben importarse las refacciones.

La importación de tecnología en un país como el nuestro, acarrea para los exportadores -por lo general, empresarios vinculados al capital trasnacional- negocios secundarios, como el envío de refacciones e incluso el servicio de mantenimiento de todos esos equipos, así como la formación y capacitación de ingenieros y de los trabajadores. Esta situación se traduce en un incremento de los costos de producción y, en ocasiones, en desplazamiento de los trabajadores, ante la permanente innovación tecnológica.

Por otra parte, en el proceso de reproducción social de los países periféricos, como el nuestro, las agencias publicitarias trasnacionales cumplen un papel central en dos sentidos: crean nuevos mercados para las empresas comerciales

trasnacionales y extienden los actuales; además, financian en gran medida a los medios de comunicación nacionales y los utilizan indirectamente como exponentes de los valores culturales que éstos transmiten de esta manera a nivel internacional (43).

La mayor parte de esas agencias trasnacionales son estadounidenses y en su mayor parte fueron creadas en las décadas de los 20 y los 30; su gran auge se dio en la fase de internacionalización de la economía estadounidense, en la década de los 60.

De las 171 agencias publicitarias existentes en México en los inicios de la década de los 80, las 15 más importantes por el monto de su facturación eran trasnacionales, o de capital nacional asociado con aquéllas; las mayores agencias que operan en México, resultan ser las mayores de Estados Unidos, por orden de importancia: Noble y Asociados, McCann Erickson, Publicidad Ferrer (asociada con McManus & Masius), Publicidad D'Arcy, Young & Rubica, J. Walter Thompson, Leo Burnett, Arellano NCK (Norman, Craig & Kummel), Panamericana de Publicidad (asociada a Ogilvy & Mather) y Doyle, Dane & Bernbach (44).

La gran prensa anuncia a empresas trasnacionales; si bien existen pocos estudios sobre este asunto, Karin Bohmann cita una investigación realizada en 1981 por Malena Brockmann, en la que se estiman los siguientes porcentajes de publicidad trasnacional (45):

Excélsior	25.8%
El Heraldo	25.8%
El Sol de México	49.1%
El Universal	11.3%
El Nacional	18.8%

En el rubro de las agencias informativas el panorama es similar. La apabullante proporción de noticias internacionales en los medios de comunicación mexicanos, en los que predominan las informaciones originadas en Estados Unidos y Europa Occidental, es decir, en las naciones

industrializadas, es producto del dominio de las agencias de información trasnacionales.

Son muy pocas las noticias sobre México -y sobre otras naciones subdesarrolladas de América Latina o de otras regiones- transmitidas en los teletipos trasnacionales; por lo general sólo se habla de ellas en casos de crisis políticas o de desastre.

Esa es la razón de que la influencia y poder de las agencias trasnacionales no se base tanto en sus capacidades financieras y económicas, sino en su capacidad de determinar el flujo internacional de noticias en todo el orbe.

> (las agencias) reúnen noticias en los escenarios de todo el mundo que en su opinión son de interés político y económico; presentan y filtran la información de manera tal que siempre están orientadas sobre todo de acuerdo con los intereses informativos de sus respectivos países de origen (...) las agencias trasnacionales exportan sus servicios a todo el mundo, con lo cual determinan qué conocerán los países en desarrollo y qué no de lo que acontece diariamente en el mundo (46).

D. Caracterización de la prensa en México

1. Desarrollo histórico

En el caso de México la comunicación social no puede ser entendida sin tomar en consideración las características propias del desarrollo histórico y económico de la época contemporánea. Recapitulando lo expuesto hasta el momento, diremos que a partir de la década de los 40 se inició en el país un proceso de industrialización y acumulación sustancialmente diferente a las formas de desarrollo económico anteriores. El desarrollo de las manufacturas se aceleró en varias ramas de la economía y el crecimiento de la planta industrial, junto con el incremento de la oferta de productos de consumo generalizado, provocaron el crecimiento del mercado interno.

En el capítulo II señalamos que, sin embargo, el crecimiento de la economía mexicana no ha sido capaz de desarrollar plenamente ese mercado interno ni de atender las necesidades sociales más importantes; por el contrario, ha propiciado la monopolización, la trasnacionalización de numerosas ramas de la industria y los servicios, y el endeudamiento exterior.

El crecimiento y desarrollo del sector comunicaciones, en consecuencia, se ha insertado en la lógica de esos patrones de crecimiento. México es un país capitalista donde existen las posibilidades legales y las bases económicas para convertir casi cualquier actividad social en empresa. En la primera parte de este capítulo explicamos como los medios de difusión no escaparon a tal realidad.

El crecimiento económico del sector de las comunicaciones ha correspondido con la industrialización del país. El crecimiento del mercado interno, las zonas urbanas y los consumidores potenciales han sido fenómenos vitales para la expansión de la industria de la comunicación, pues su financiamiento derivado de la publicidad depende del incremento de la oferta de bienes y servicios.

Si bien la prensa ya existía con anterioridad a la Segunda Guerra Mundial, es al término de ese conflicto bélico cuando se dan las condiciones para su expansión. Ello se explica por el impacto del crecimiento de la producción y de la importación de tecnología para la difusión y recepción de mensajes a mayor escala. En la medida que ha crecido la cobertura del sistema de comunicación, más peso ha tenido la publicidad y mayor crecimiento ha habido en los medios.

Por ello, estudiar la prensa en México es estudiar el proceso histórico de centralización del poder en el actual bloque dominante. Fátima Fernández señala, desde una perspectiva muy general, que la prensa que hoy tiene el país es resultado de un proceso iniciado al término del movimiento armado de 1910 y considera que la estructura periodística en México se divide en dos grandes periodos: el primero está

ubicado cronológicamente en el siglo XIX y la segunda estructura periodística aparece en los últimos años del siglo XIX y se consolida en la década de los años 20; en ambas puede hablarse de una estructura y un objetivo diferentes.

> El siglo XIX se caracteriza por una búsqueda del modelo de organización política que seguirá el México independiente. En la definición de este modo intervienen proyectos distintos: por una parte el federal-liberal-republicano y por otra el central-conservador-monárquico. El periodismo de este siglo es reflejo de esta búsqueda: en las páginas de los diversos diarios había discursos políticos, crónicas parlamentarias, ataques a la oposición, proyectos de nación. Y en un porcentaje reducido anuncios publicitarios, noticias extranjeras e información con fines de entretenimiento. En una palabra, podemos decir que el siglo XIX se caracteriza por tener un *periodismo partidista* (47).

En el presente siglo, con la consolidación del capitalismo en lo económico, y la corporativización del Estado Mexicano en lo político, se instaura un nuevo proyecto histórico del bloque dominante. Ya no existe la búsqueda de un proyecto de nación que se dio en el siglo anterior. Prevalece un solo modelo a seguir y el periodismo se subordina a esa situación.

> Por esa razón las páginas de los diarios posrevolucionarios contienen información oficial boletinada, numerosos anuncios publicitarios, artículos de entretenimiento, cables procedentes de agencias extranjeras y, sólo como excepción, críticas y sugerencias a los proyectos de nación (...) resumiendo, podemos decir que el siglo XX en México, salvo sus primeros lustros, se caracteriza por tener un *periodismo oficialista* (48).

Salvo *El Dictamen,* fundado en 1898 y que aún se publica en Veracruz, y *Revista de Revistas,* fundada en 1910, toda la prensa mexicana que se edita actualmente en México es posterior a la Revolución: los grandes diarios surgieron precisamente como dato revelador de que el movimiento social había concluido. *El Universal* salió a la luz pública en octubre de 1916, precisamente cuando se iniciaban los preparativos para reunir el Congreso Constituyente; *Excélsior*

fue fundado en 1917, justo a la mitad entre la promulgación de la nueva Constitución y su entrada en vigor. Otros diarios importantes del interior del país también fueron fundados en esta etapa: *El Informador* de Guadalajara, *La Opinión* de Torreón, *El Mundo* de Tampico y *El Porvenir* de Monterrey.

Pero esa prensa surgida al terminar la segunda década del siglo se parece muy poco a la industria periodística de hoy. Gracias a un gobierno que necesitó proteger a la actividad fabril en general -en aras de un progreso que como señuelo va siempre adelante y es inalcanzable- (49), y a la del periodismo todavía de manera más acentuada; gracias también a la alfabetización emprendida sobre todo a partir del sexenio de Lázaro Cárdenas, y gracias a la formación de capas medias ilustradas durante la década de los 40, la prensa fue, hasta antes de la crisis que estalló en la década de los 80, una de las pruebas de la modernidad mexicana, al menos en su aspecto material, ya que en su contenido mantenía un atraso que no empezó a ser superado sino hasta después de la convulsión social de 1968, época en la que se inició un replanteamiento de las relaciones de la prensa con el gobierno y con el resto de la sociedad. La década de los 80 trajo consigo una crisis política y económica que marcó una fase de cambios en esa relación prensa-gobierno, como veremos en el próximo capítulo.

Más adelante tocaremos el punto de los principales grupos económicos y políticos que se han consolidado en la industria periodística. Ahora reseñemos brevemente el desarrollo histórico de la prensa (50), a partir de su consolidación como industria en la década de los 40, proceso paralelo a la conformación del actual bloque dominante.

El presidente Lázaro Cárdenas fue el primero, y en cierto sentido el único, de los mandatarios mexicanos en poner en práctica una coherente política de comunicación social. Usó con frecuencia la radio para comunicarse con los ciudadanos y dotó de privilegios a la industria periodística,

con la creación de PIPSA y el otorgamiento de franquicias postales.

Durante la década de los 40, la mayor parte de los diarios incubados por las luchas entre segmentes revolucionarios quedaron en el camino, ya que el espacio industrial había sido ocupado principalmente por *Excélsior* y *El Universal*; el *Novedades*, que había sido creado en 1936 fue el blanco de la intromisión del gobierno, promovida por Miguel Alemán Valdez, y en 1947 pasó a ser propiedad de la familia O'Farrill, vinculada en varias empresas con la del propio presidente.

En la misma década, un entrelazamiento político entre el coronel José García Valseca -editor de historietas- y el entonces secretario de comunicaciones Maximino Avila Camacho, propició la fundación, en 1943, de lo que sería la cadena García Valseca, la cual llegó a ser el más vasto conjunto de diarios en el país, y que actualmente sigue siéndolo, bajo la denominación de Organización Editorial Mexicana, propiedad del empresario Mario Vázquez Raña.

Bajo el régimen de Miguel Alemán, como hemos señalado ya, se inauguraron nuevos modos de relación entre el gobierno y la prensa, con la consolidación de dos mecanismos concomitantes: la oficina de prensa y el embute, gracias a los cuales floreció el halago a los gobernantes en turno. Durante este régimen se instituyó la comida de editores y dueños de periódicos celebrada con la asistencia del presidente de la República cada 7 de junio, desde 1952, y que se denomina "Día de la Libertad de Prensa", en la cual por lo general se pronuncian discursos de halagos mutuos. Además se estableció en 1949 la primera escuela de periodismo en México, llamada Carlos Septién García; cuatro años más tarde, se fundó la Escuela de Periodismo de la Universidad Veracruzana, y en 1957 la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) incorporó a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales la asignación de Periodismo, hoy denominada como licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

A pesar de todo, la prensa independiente pudo florecer, pero en la provincia; además de los citados antes (*El Informador, El Porvenir, El Siglo* y *El Dictamen*), surgieron otros diarios considerados como verdaderas instituciones: *El Diario de Yucatán* y *El Norte*, en Monterrey. A pesar de que éstos no eran voceros populares, ya que con frecuencia su distancia respecto del gobierno federal provenía de su vinculación con grupos locales de poder, su existencia es relevante porque constituye la prueba de que algunos segmentos de la industria periodística pueden resistir la uniformación informativa que se ha arraigado en los diarios de la capital del país. Un ejemplo interesante de este fenómeno lo constituye el periódico regiomontano *El Norte*, el cual fue fundado en 1938 como reacción empresarial al cardenismo y que desde entonces no ha cesado de desarrollarse, al grado de que circula aproximadamente 100 mil ejemplares, cifra notable aún en la ciudad de México (51).

En la década de los 60 ocurrió una transformación importante en la prensa capitalina: Rodrigo de Llano y Gilberto Figueroa, fundadores de *Excélsior* -que de pequeña cooperativa pasó a ser un gran negocio- murieron casi simultáneamente, en 1962 y 1963. Los diarios de la casa, como toda la prensa, eran conservadores en extremo. En 1959, De Llano había intentado la expulsión de tres jóvenes reporteros: Julio Scherer, Miguel López Azuara y Eduardo Deschamps, porque habían apoyado las luchas magisteriales; después de un reajuste interno de fuerzas, en cuyo interin Manuel Becerra Acosta padre ocupó la dirección, Scherer fue elegido director general en 1968 y encabezó así a un grupo donde predominaba un vago izquierdismo. La transformación impulsada por este equipo de profesionales de la prensa coincidió con la toma de conciencia que un sector de la sociedad civil emprendió entonces y que obligó al gobierno a replantear su relación con la prensa.

Ahora bien, durante los años 50 y 60 el gobierno y los medios se habían empeñado en difundir la imagen de una sociedad sin conflicto. El desarrollo económico de esos años fortalecía, además, a los estratos medios y por ello era explicable que aparecieran nuevos diarios en la ciudad de México y que la tecnología moderna hiciera su aparición en la prensa de nuestro país. *El Sol de México* y *El Heraldo* entraron en competencia periodística en 1965. Ambos editados en *offset*, ambos vinculados al presidente Díaz Ordaz, y ambos pertenecían a grupos empresariales: *El Sol* era un eslabón capitalino de la Cadena García Valseca; *El Heraldo,* de la familia Alarcón, cuya cabeza, era el magnate de la exhibición cinematográfica, ligado a la fracción conservadora de la burguesía encabezada por el Grupo Monterrey.

La profunda transformación realizada en *Excélsior* por Julio Scherer y su grupo llevó al diario de una posición conservadora a otra abiertamente liberal; el joven director propugnó por la investigación de los sucesos por el diario mismo, marginó casi por completo los boletines de prensa y alentó la pluralidad de criterios editoriales. Ese lapso coincidió con la administración del presidente Echeverría, que hizo de la apertura democrática el *leit motiv* de su gobierno. El diario dirigido por Scherer se atuvo a ella y a las posiciones progresistas expresadas por el presidente en los dos primeros años de su gobierno. Tanto fue así, que en 1972 un poderoso grupo de empresarios decidió realizar un boicot de publicidad al diario, el cual recibió el apoyo de Echeverría. Al final del sexenio, enfrentado al deterioro de sus políticas y al evidente fracaso de su gobierno, el presidente mismo fue el motor de operaciones que condujeron a la expulsión de Scherer y un centenar de periodistas más, el 8 de julio de 1976.

El inicio del sexenio de López Portillo casi coincidió con la aparición de *Proceso* y de *Vuelta,* el primero semanario dirigido por Julio Scherer, y el segundo mensual dirigido por Octavio Paz, ambos respuesta inmediata de los escritores y

periodistas expulsados del Excélsior. Para su aparición, los fundadores de ambas publicaciones recurrieron al financiamiento público y con ello se inició una opción desconocida hasta entonces en la fundación de publicaciones nuevas.

En la misma época, por diferentes medios surgió, en noviembre de 1977, el diario *Unomásuno*, fundado por Manuel Becerra Acosta, ex subdirector de *Excélsior*, gracias a un crédito gubernamental. Granados Chapa considera que el rápido implantamiento de este diario obedeció, entre otras circunstancias, a que su aparición coincidió con la puesta en práctica de la reforma política, destinada a pluralizar la vida colectiva. Como secuela de la reforma política, el gobierno lopezportillista decidió establecer el derecho a la información, concepto y práctica otros países industrializados. Diversas presiones empresariales hicieron que esa promoción no fructificara, al grado tal de que el final de ese sexenio se caracterizó por una fuerte tensión con algunos medios, a algunos de los cuales como *Proceso* y *Crítica Política*, castigó con el retiro de la publicidad y propaganda del gobierno, en febrero de 1982.

Esa actitud hostil hacia los medios periodísticos independientes no era únicamente producto de la subjetividad o el capricho de un gobernante: formaba parte de la inmensa crisis que estalló en el último año de gobierno de López Portillo. A partir de entonces, en la sociedad y la economía mexicanas se han registrado crisis a los que la prensa no puede ser ajena, ya no sólo como instrumento que registra los estremecimientos sociales,sino como actividad que tambien ha entrado en crisis (52)

En la década de los 80 los fundadores de *La Jornada* seguirían esa pauta; en ambos casos se realizaron vastas reuniones de ciudadanos, artistas e intelectuales. De esta forma, al margen del poder empresarial y también a cierta distancia del poder político, surgieron medios independientes que enriquecieron la vida periodística en nuestro país.

2. Relación del gobierno y la prensa

La política periodística del Estado en su fase institucionalizada, principalmente después de la fundación del PNR, mantuvo a los diarios dóciles al gobierno y carentes de crítica por medio de la centralización de las informaciones, las prerrogativas fiscales y, desde Alemán, por la corrupción de los periodistas.

Paralelamente, también hubo poca sujeción directa a los partidos políticos por parte de los diarios en la capital. A excepción de *El Nacional* y *El Día,* que están vinculados directamente al PRI, los demás diarios se mantuvieron más o menos apegados al gobierno, en una relación de mutua conveniencia, pero marcada las más de las veces por una desigualdad siempre reiterada desde el poder.

Al no contar el gobierno con una entidad *ad hoc* para la formulación y ejecución de una política nacional de comunicación, ésta queda implícita y sujeta a la actuación de los grupos informativos mejor organizados de la sociedad civil.

En contraparte a lo que sucede en la política del Estado -indefinida y con los problemas creados por el cambio sexenal en las esferas administrativas-, en el ámbito empresarial privado sí existe un proyecto definido, continuo y en constante modernización, sostenido por consorcios con amplia experiencia no sólo en lo que compete a las labores informativas sino en las formas de hacer política para mantener una posición hegemónica.

Ello se expresa en los intentos de modificación en la relación con los medios de difusión, emprendidos en los regímenes de Luis Echeverría Alvarez y José López Portillo, en los cuales el resultado fue la presión empresarial que impide cualquier cambio sustancial. Un ejemplo de esa presión son los dos intentos de desaparición de PIPSA, en 1969 y 1989, ante los cuales los dueños de los diarios se opusieron

abiertamente y consiguieron que el gobierno continúe subsidiándolos con papel barato a cambio de sometimiento a los dictados del jefe del Ejecutivo en turno.

Por otra parte, la independencia económica de los periódicos es más limitada que las de los medios audiovisuales, porque desde sus orígenes su relación con el gobierno se basó en un acuerdo no escrito de mutua conveniencia.

Del breve desarrollo histórico de la prensa mexicana delineado en el apartado precedente, se desprende que es sobre todo en épocas de sucesión presidencial cuando surgen nuevos diarios o cuando entre los periódicos ya existentes unos ganan mayor importancia y otros quedan marginados. Fátima Fernández denomina este fenómeno como el "momento político" de los diarios, debido a que la mayoría de los publicados actualmente en la capital fueron creados con un objetivo concreto o tuvieron pocos años más tarde su "momento político": *El Universal* como vocero de los aliados durante la Primera Guerra Mundial y más tarde, junto con *Novedades*, como el del gobierno de Alemán; *Excélsior* como órgano de los miembros conservadores de la Asamblea de los Constituyentes; *El Nacional* como órgano oficial del Partido Nacional Revolucionario y la cadena García Valseca como sostén del régimen de Avila Camacho. Más tarde, López Mateos hizo llegar a *El Día*, fundado en 1962, su ayuda directa, y bajo Díaz Ordaz surgió *El Heraldo de México*, como vocero del sector empresarial privado y con una línea abiertamente anticomunista.

Si bien esa caracterización no puede aplicarse de manera mecánica y lineal a toda la prensa mexicana, algunos autores como Fátima Férnandez la han utilizado para ubicar los periódicos de acuerdo con determinadas corrientes políticas. Tradicionalmente, hasta antes de que estallara la crisis económica y política de los 80, una vez que cumplían con su cometido político y que ya no era posible catalogarlos claramente dentro de un grupo determinado, los periódicos por

lo general pasaban a depender de subvenciones gubernamentales o de un grupo de la iniciativa privada.

Sin embargo, la crisis económica y política que enfrenta nuestro país, aunada a la paulatina renovación de la sociedad -que se ha reflejado también en transformaciones en el propio bloque dominante-, necesariamente se traducen en cambios dentro de la prensa, y éstos han sido particularmente importantes en la década de los 80. Ese es el tema de nuestro próximo capítulo.

CITAS

(1) v. FUENTES FIERRO, Aquiles: *Papel y medios impresos: Desarrollo económico y derecho a la información*, México, Cuadernos del Taller de Investigación en Comunicación Social (TICOM), UAM, No. 29, diciembre de 19893, p.11

(2) FUENTES FIERRO, Aquiles, *ob. cit.* pp. 13-14

(3) *Ibidem*, p. 131

(4) BUENDIA TELLEZGIRON, Manuel: *Ejercicio periodístico*, 2a. ed., México, Edit. Océano/Fundación Manuel Buendía, 1987,p. 130

(5) v. *El Universal*, 25 de agosto de 1979.

(6) HAMELINK, Cees: *Finanzas e información*, trad. Federico Sánchez Ventura, 1a.ed. en Español, México, ILET/Ed. Nueva Imagen, 1984, pp. 96-97.

(7) Véase en este mismo capítulo el apartado de mecanismos de control de la prensa en nuestro país (pp. 73-84).

(8) FUENTES FIERRO AQUILES: *ob. cit.* p. 136

(9) Tenemos el caso del boicot empresarial a *Excélsior* durante el sexenio de Luis Echeverría. En 1981 Televisa decidió retirar su publicidad de *El Universal*, porque éste publicó algunos artículos del expresidente Echeverría. En ese mismo año, el último de la administración de López Portillo, fue retirada la publicidad gubernamental a los semanarios *Proceso* y *Crítica Política*, por orden expresa del presidente. Idéntica situación se presentó a finales de 1989 en *El Financiero*, ya que el gobierno decidió suspender la publicidad de los bancos por su desacuerdo con algunos

artículos aparecidos en ese espacio (v. editorial de *El Financiero*, 15-octubre-1990).

(10) Para una visión detallada sobre la clasificación de la publicidad v. AGUILAR PLATA, Blanca:*Publicidad y empresa periodística en México,* En: Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación, México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, No.10, 1986, p. 12.

(11) AGUILAR M. Alonso, et. al.: *La nacionalización de la Banca; la crisis y los monopolios,* 3a. ed., México, Edit. Nuestro Tiempo, 1985, p. 198-199

(12) FUENTES FIERRO, Aquiles: *ob. cit.*, p. 144.

(13) En su investigación, realizada en 1983, Aquiles Fuentes consigna que de un total de 403 periódicos en circulación, sólo 52 no estaban afiliados a agencias de representación periodística y de éstos, 30 correspondían al Distrito Federal. (v. FUENTES FIERRO, *Ibídem* p.144).

(14) *La Jornada*, para diferenciar las inserciones pagadas, utiliza encabezados con cursivas.

(15) El término *goebeliano* se refiere al tipo de propaganda elaborada por Joseph Paul Goebbels, jefe de Propaganda de Adolfo Hitler en el Partido Nacional Socialista; a partir de 1933 fue nombrado ministro de Propaganda e Información de ese partido, cargo que desempeñó hasta su muerte y en el que demostró gran eficacia.

(16) v. *Proceso* No. 674, 2 de octubre de 1989, pp. 10-11.

(17) El papel histórico que ha jugado PIPSA se analiza con más detalle en los mecanismos de control de la prensa, en este mismo capítulo (v. p.73 ss.)

(18) v. HAMELINK, Cees, *ob. cit.* pp. 83-84.

(19) v. FUENTES FIERRO, Aquiles: *ob. cit.* pp. 29-30.

(20) *Ibídem,* p. 64-66

(21) Dice al respecto FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima: "La costumbre de adquirir periódicos en auge o fundar los propios para obtener un apoyo condicional, es decir, no negociado, es seguida por varios presidentes. Sería muy amplio extendernos a analizar la fundación de *El Día* y su vinculación con López Mateos; la fundación de *El Heraldo* por un grupo de empresarios poblanos justamente en el año en que Gustavo Díaz Ordaz tomó posesión de la Presidencia de la República; la utilización de *Excélsior* en los primeros años de gobierno de Luis Echeverría, y muchos otros casos que conforme transcurre el tiempo se hacen más evidentes". (v. *Los medios de difusión masiva en México,* 7a. ed., México, Juan Pablos Editor, 1989, p. 22). Nosotros agregaríamos a la lista anterior la fundación de el periódico *El Economista* durante el sexenio de CSG, con capital vinculado a Pedro Aspe, secretario de Hacienda y Crédito Público.

(22) GRANADOS CHAPA, Miguel Angel: *Estado y Sociedad,* en: *La Prensa en México,* (trabajo inédito facilitado a esta investigadora por Raúl Trejo Delarbre), p. 59.

(23) Texto citado en FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima: *Los medios de difusión masiva en México,* 7a. ed., México, Juan Pablos Editor, 1989, p. 34.

(24) GRANADOS CHAPA, Miguel Angel: *Aproximación a la Prensa Mexicana*", en: Revista Mexicana de Ciencia Política, no. 69, FCPyS, UNAM, julio-septiembre 1972, p. 49..

(25) Esas dos ocasiones fueron el 7 de junio de 1989, en la comida del Día de la Libertad de Prensa, y el 9 de octubre del mismo año, en la asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP). V.. *Proceso*. No. 677, 23 de octubre de 19889, p. 25-

(26) v. *Proceso,* No. 676, 16 de octubre de 1989, p. 26

(27) v. BOHMANN, Karin: *Medios de comunicación y sistemas informativos en México,* trad. Alejandro Zenker, 1a. ed. en Español, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Alianza Editorial Mexicana, Colección Los 90, 1989, p. 289.

(28) He aquí una breve sinopsis de los pasos seguidos por los gobernantes en turno para el control político del *Excélsior* en 1929 y *Novedades* en 1945: en 1929, Calles pone fin a la política antigubernamental de *Excélsior*, manifestada en una apología del movimiento cristero y en una serie de protestas por los acuerdos de 1929 firmados por Portes Gil y el Obispo Pascual Díaz. El periódico es comprado con fondos del gobierno federal, se da un cambio sustancial en su política editorial y, tras un conflicto laboral cambia su régimen de propiedad, de sociedad anónima a cooperativa e inicia en 1933 un largo periodo de comparsa oficial; a mediados de los 60 se instaura una línea crítica, con Julio Scherer en la dirección, que es truncada en 1976, como veremos más adelante. En 1944 *Novedades* sufre un proceso similar; ese diario contaba entonces con las técnicas periodísticas y publicitarias más avanzadas. Desde el gobierno se propició un conflicto laboral que no

prosperó. El director fue asesinado y el periódico cambió de dueño hasta llegar a las manos del grupo Alemán-Azcárraga-O'Farrill. Miguel Alemán Valdés era secretario de Gobernación y decidió iniciar su campaña para ser designado candidato a la Presidencia. Necesitaba, para ello el apoyo total de uno de los tres grandes diarios de la época. Así inició, desde *El Universal*, donde ya tenía alguna injerencia, una campaña de desprestigio contra el dueño, fundador y director de *Novedades*,. La campaña se inició con la publicación de datos falsos sobre la situación laboral del periódico. Herrerías, director del diario, demostró que *Novedades* pagaba tres veces los salarios de *El Universal*, y además, como su situación económica era buena, ya que el periódico fue en esos momentos una empresa periodística que contaba con todos los adelantos técnicos y de contenido utilizados en los Estados Unidos, decidió aumentar el salario de los trabajadores en un 20 por ciento. Pese a esto, 18 de los 415 trabajadores cerraron el periódico. Se pagaron salarios caídos. Como la vía laboral no funcionó, Herrerías fue asesinado. Entró a controlar el periódico el hombre de confianza y amigo de la infancia de Alemán: Jorge Pasquel, para entregar el periódico a los accionistas definitivos: O'Farril y Alemán Velasco. Esa práctica de intervenir periódicos en auge o fundar los propios para obtener un apoyo incondicional ha sido seguida por varios presidentes y por numerosas autoridades gubernamentales. También es costumbre de los consorcios informativos el apoyar en sus tribunas a funcionarios públicos, atacándolos únicamente cuando alguna medida de tipo económico resulta desfavorable para el grupo que sostiene el periódico (v. FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima: *Los medios de difusión masiva en México*, 7a. ed., México, Juan Pablos Editor, p. 21 ss).

(29) v. FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima: *Los medios....* p. 21.

(30) Entrevistado por *Proceso*, Becerra Acosta señaló: "Pagó directamente la Secretaría de Gobernación; recibí los dólares en la biblioteca de mi casa". (...) El reportero resume así las causas de esa intromisión: Impopularidad del gobierno, afán de controlar la información, coptación de agentes en empresas periodísticas, "amamantamiento" de periódicos y periodistas, amedrentamiento policiaco, "usura" en el comercio de papel para la prensa, aplicación selectiva del código fiscal, promoción de lacayismos empresariales en materia de publicidad, "paranoia" del régimen presidencialista y la intervención directa en todo esto del propio presidente de la República, son para Manuel Becerra Acosta las razones de su aceptación de un millón de dólares a cambio de la dirección y propiedad de *Unomásuno* y del acatamiento de un castigo excepcional: destierro. En la entrevista, Manuel Becerra Acosta señala las posibles razones del presidente Carlos Salinas de Gortari para ordenar su salida de *Unomásuno*: "En mí, como director del diario *Unomásuno*, vio a un crítico sólo reductible. (...) También vio al autor de una comedia teatral donde debe haber encontrado su retrato dibujado como uno de los precandidatos. ¿Acaso no me perdonó haberlo hecho esperar -era secretario de Programación y Presupuesto- cinco minutos en mi casa para un desayuno porque 'se le hizo temprano', como explicó de buen humor a mi mujer y llegó antes de la hora convenida? (...) Porque fue el gobierno el adquiriente de mis acciones, y no un empresario privado apellidado Borja (se refiere a Angel Borja Navarrete, hermano de Gilberto, presidente del grupo empresarial ICA, mencionado como comprador en la versión de Luis Gutiérrez sobre el cambio de propietario de *Unomásuno*) como se hizo creer. Este personaje prestó su nombre en

la transacción. (v. *Proceso* NO. 674, 2-noviembre-1989, pp. 7-11)

(31) BOHMANN, Karin: *ob. cit.* p. 283.

(32) SECANELLA, Petra María: *El periodismo político en México,* 1a. ed., México, Editorial Prisma s/f, p. 11

(33) BOHMANN, Karin, *ob. cit.*,p. 293

(34) SCHERER GARCIA, Julio: *Los presidentes,* 2a. ed., México, Edit. Grijalbo,1986, pp.162-163. (Texto escrito por Elías Chávez, reportero de *Proceso*, por encargo del propio Julio Scherer).

(35) En su investigación realizada en el archivo de Everardo Espino de la O, quien fue director de Banrural durante el sexenio de José López Portillo, Julio Scherer detalla la existencia de documentos firmados por los propios directores de algunos diarios. En el libro se reproduce una carta enviada a David Ibarra, secretario de Hacienda durante el sexenio de José López Portillo, por Everardo Espino, director del Banco Nacional de Crédito Rural, quien informa sobre los gastos confidenciales erogados por la caja durante el periodo comprendido entre el 1 de enero de 1977 y el 30 de septiembre de 1979.
Dice el exfuncionario:
"...el total de erogaciones durante dicho periodo ascendió a $206.212 millones y se manifiesta haber revisado a satisfacción la documentación comprobatoria por $186.908 millones, estando sin comprobación $19.304 millones.
Esta última cantidad fue erogada mediante autorizaciones expresas y específicas por cada partida por parte del suscrito y ejercida mediante entregas sin obtención del recibo correspondiente por la naturaleza del gasto. De

esta cantidad $11.6 millones corresponden a campañas políticas y $4.0 millones a periodistas y periódicos. Julio Scherer explica que algunos periodistas aceptaban el pago mensual como si fueran asalariados del Banrural. Había otros que no firmaban "por honorarios", sino disfrazaban el embute con vaguedades: "por servicios prestados", "por mi colaboración durante el mes", "por servicios especiales". Para ese fin se creó la Asesoría de Asuntos Especiales de la Presidencia de la República "para el trato subterráneo con periodistas, para cubrir gastos del PRI, para aliviar penurias de opositores, para financiar campañas electorales..." El propio presidente de la República llamaba "su caja chica" a Banrural, según relata el autor. El enlace entre la Asesoría de Asuntos Especiales de la Presidencia y el responsable de la "caja chica" era el entonces senador Rodolfo Landeros Gallegos, más tarde elegido como gobernador del estado de Aguascalientes. (v. SCHERER GARCIA, Julio: *El poder. Historias de familia*, 2a. ed., México, Edit. Grijalbo, 1990, pp. 64-66).

(36) SCHERER GARCIA, Julio: *El poder. Historias*...p. 75.

(37) En un reportaje publicado en *Proceso*, el reportero Elías Chávez da a conocer los nombres de algunos de los enlistados en la Secretaría de Información y Propaganda del PRI. Es interesante observar que algunos de ellos escriben para medios considerados independientes, como *La Jornada*. En el mismo reportaje, *Proceso* reveló también los nombres de algunos de los amanuenses de la Presidencia de la República, los "editorialistas" al servicio de la presidencia. He aquí algunos de los nombres de los articulistas mencionados: Jorge Hernández Campos, Horacio Labastida, Jaime Labastida, Armando Labra, María Luisa Mendoza, Santiago Oñate Laborde, Raymundo Ramos, Arturo Romo, Federico Ortiz Quezada. "En

uno y otro equipo -dice el reportero- hay quienes escriben los artículos para que se publiquen firmados por algún funcionario o político de renombre, pero que no sabe redactar. Y son publicados gracias a lo que se conoce como 'Plan Francés': directores y/o dueños de periódicos ceden espacios en sus medios además de comprometerse a publicar los respectivos boletines, a cambio de dinero en cantidades multimillonarias. Los amanuenses de uno y otro equipo en ocasiones reciben la orden de atacar y desprestigiar a los periodistas verdaderamente independientes, o críticos, o a líderes y políticos contrarios al sistema (v. *Proceso,* No. 681, 20 de noviembre, 1989, p. 14.

(38) v. FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima: *Prensa y radio en México* en: *Prensa y radio en México,* Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, No. 10, México, 1986, p.25

(39) LEÑERO, Vicente: *Los periodistas,* 1a. ed., México, Edit. Joaquín Mortiz, 1978, pp. 240-241

(40) *Ibídem*, p. 227

(41) v. Los trabajos de CREMOUX, Raúl, MATTELART, Armand y HAMELINK, Cees.

(42) GRANADOS CHAPA, Miguel Angel: *Comunicación y política*...p. 66.

(43) BOHMANN, Karin, *ob. cit.*, p. 262.

(44) cf. BOHMANN,Karin, *op.cit.*, p.264.

(45) *Ibídem* p. 265.

(46) BOHMANN, Karin: *ob. cit.*, p. 272.

(47) FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima: *La prensa en México...* p. 19-20.

(48) *Ibidem.*

(49) En vista de que la sociedad no puede alcanzar un crecimiento económico, éste se tiene que aparentaren el discurso, es decir en el plano de la ideología (v. el capítulo I de este trabajo sobre las funciones del Estado en una sociedad periférica y dependiente, p. 12 ss.).

(50) Datos tomados de: GRANADOS CHAPA, Miguel Angel: *La prensa en México...* p. 3ss.

(51) En la edición de febrero de 1990, el directorio de Medios Publicitarios señala un tiraje de 120 mil ejemplares y considera que *El Norte* es "el diario de mayor circulación en la provincia mexicana".

(52) v. el capítulo IV.

IV. La prensa mexicana en la década de los 80

A. Situación económica y política del país
   1. La crisis económica
   2. La crisis política

B. Efectos de la crisis en la industria periodística

C. Los diarios más representativos: una muestra
   1. Sociedades anónimas
      a. *El Universal*
      b. *El Heraldo de México*
      c. *El Sol de México*
      d. *El Financiero*
      e. *La Jornada*
   2. Cooperativas
      a. *El Día*
      b. *Excélsior*

IV. La prensa mexicana en la década de los 80

A. Situación económica y política del país

1. La crisis económica

En la década de los 80 se produjo un reacomodo de fuerzas en la fracción oligárquica de la burguesía que controla al Estado, a través de dos sucesiones presidenciales (1982 y 1988). El control del aparato estatal quedó en manos de un grupo ligado al capital monopolista privado y subordinado al imperialismo, cuyos cuadros se han formado con orientación teórica neoliberal y cuyo objetivo es insertar al país en un proceso de recomposición mundial del capitalismo industrializado.

En esa década se acentuó la tendencia a controlar la prensa mexicana a través de mecanismos económicos, en última instancia, en detrimento del carácter político de ésta.

A partir de la década de los 40 y hasta mediados de los 70, la consolidación política y económica del bloque financiero-industrial de la burguesía se acompañó de una estabilidad en el sistema político y de un crecimiento económico que, si bien exhibía altibajos y fallas, hacía crecer las fuerzas productivas, modernizaba las relaciones de producción e incluso parecía hacer realidad el anhelo de hacer de México una nación industrializada, moderna y próspera.

Más de una vez el "modelo mexicano de desarrollo" fue puesto como ejemplo de lo que gradualmente, y a partir de ciertas reformas, podía lograrse en los países del Tercer Mundo. Entre 1978 y 1981 el auge impulsado por el alza mundial en los precios internacionales del petróleo hacía pensar que todo era color de rosa para la economía mexicana.

Los fabricantes del "nuevo modelo de desarrollo", basado en el petróleo, insistían en que su estrategia era la adecuada y que el país avanzaba hacia la riqueza y la abundancia. Pero en los últimos meses del régimen de José

López Portillo el panorama cambió súbitamente: desde mediados de 1981 los precios mundiales del crudo empezaron a derrumbarse estrepitosamente, la inflación entró a una fase de crecimiento acentuado nunca antes vista en el país y las contradicciones ya presentes en el sistema económico y político se agudizaron, exacerbando la pugna entre las dos fracciones burguesas que se disputaban el control del gobierno: la fracción del norte -Grupo Monterrey, Grupo Chihuahua y sus ramales en Sinaloa y Puebla- aliada con la fracción financiero-industrial del Valle de México, y la burocracia política apoyada por algunos representantes de las fracciones que propugnaban por el fortalecimiento del capitalismo monopolista de Estado.

No debemos perder de vista que la crisis en México se inscribió, en el plano mundial, en las profundas contradicciones del proceso de acumulación capitalista a lo largo de la década de los 80, que se expresaron en nuevas y más complejas maneras.

En el caso mexicano, pese a que en alguna medida se logró mitigar los efectos de la crisis mundial gracias a las bonanza en las exportaciones de petróleo, de cualquier manera se provocaron graves desajustes en el ciclo del capital y se generaron artificialmente enormes masas de capital ficticio, lo que agravó la inflación y a la postre contribuyó a debilitar y a hacer cada vez más ineficaces los mecanismos de regulación propios del mercado.

La crisis cíclica del capital se registró a nivel mundial en una fase ya muy avanzada y por ello se restó eficacia a los mecanismos de todo el sistema de regulación capitalista, en el fondo porque, a diferencia de lo que ocurrió durante y después de la Segunda Guerra Mundial, en esta década no existieron factores capaces de abrir una nueva, vigorosa y relativamente larga etapa de prosperidad al capital.

Algunos autores consideran que en nuestro país la crisis económica cíclica se había acentuado en la década de los 70 y

parecía que iba a estallar estrepitosamente en 1976; sin embargo, fue retarda gracias a la situación fortuita en el mercado internacional del petróleo, como hemos señalado. Así, entre 1978 y 1981 la entrada de divisas por concepto de exportaciones de crudo permitió los siguientes beneficios a la economía mexicana:

a). Altas tasas de crecimiento económico (8 por iento anual), que principalmente descansaron en el rápido aumento de la producción y exportación de petróleo y en la expansión de la petroquímica, de la industria de la construción y, en menor medida, de la eléctrica, aunque en las manufacturas crecieron también de prisa la automotriz y otras; en la esfera agropecuaria se lograron algunos avances en agricultura y la pesca.

c). Rápido crecimiento del nivel de empleo (5 por ciento anual, según estimaciones oficiales).

d). Cuantiosas importaciones, sobre todo de materias primas y capital, las cuales sin embargo excedieron a las también crecientes exportaciones, pese al impulso de éstas en el sector petrolero (1).

Pero junto con esos signos de crecimiento económico también se apreciaban ciertos desequilibrios en el sistema económico mexicano y hacia finales de 1981, el derrumbe de los precios internacionales del crudo hizo que la crisis económica estallara en toda su magnitud: el crecimiento económico perdió impulso, se acentuó la inflación y surgió el desequilibrio en la balanza de pagos. En enero de 1982 la inflación creció a un ritmo mayor, en febrero el Banco de México anunció su "retiro temporal" del mercado de cambios y una devaluación que hizo caer al peso de 26 a 37 unidades por dólar; en mayo la paridad era de 49 a 87 pesos por dólar. En la víspera del último informe presidencial de José López Portillo la paridad había llegado a 110 pesos por dólar, como efecto de la actitud altamente especulativa de la fracción financiera de la burguesía. La pugna culminó con el

enfrentamiento de las dos fracciones burguesas fundamentales, con la nacionalización de la banca.

Esa estrategia del gobierno -denominada "desarrollo estabilizador" hizo del petróleo el pivote del desarrollo, confiando en que esto generaría excedentes cuya utilización racional permitiría conquistar la independencia económica.

Quizá el error más grave de esta estrategia fue subestimar el peso de la dependencia financiera y comercial de México respecto al exterior. Así, las exportaciones de hidrocarburos -con sus altos precios- no bastaron para corregir el déficit en el comercio de mercancías ni en la balanza de pagos en su conjunto.

De tal manera, más que abrirse una fase de crecientes exportaciones industriales como se buscaba, el proceso de desarrollo entró en una etapa más compleja de sustitución de importaciones, que incluso en mayor medida que antes, se tradujo en crecientes desequilibrios y en una dependencia financiera mayor que la que intentaba superarse.

> Ello fue así porque la etapa de auge (1978 a 1981) se hizo descansar grandemente en costosas importaciones, y en parte porque, en vez de financiar con recursos propios acumulados con anterioridad pero principalmente a lo largo de los años de prosperidad, se recurrió cada vez más a la inversión y sobre todo al crédito proveniente del exterior, lo que reclamó gran suma de divisas tan sólo para cubrir los envíos de dividendos y el servicio de la deuda (2).

Para tener idea de la magnitud del papel del financiamiento externo en ese proyecto de crecimiento económico, baste una cifra: en los primeros cinco años del gobierno de José López Portillo la deuda externa pasó de 26 mil millones a 80 mil millones de dólares.

En términos de crecimiento económico, la de los 80 fue una década perdida para México y otras naciones latinoamericanas. Un vistazo a los fríos números nos dará idea de la gravedad de la situación: en los últimos 10 años, el Producto Nacional Bruto en los países de la región Asia-Pacífico (Singapur, Taiwan, Corea del Sur) creció a una cifra

promedio de 7 por ciento anual; en contraste, en México la tasa de crecimiento ha sido negativa en una cifra promedio similar a la del crecimiento de esos países asiáticos.

Precisamente, durante la década de los 80 también estalló la crisis de la deuda en los países subdesarrollados: en la mayoría de ellos, el servicio de la deuda fue pagado a costa de la drástica reducción de los programas de asistencia social, incluyendo vivienda, educación y salud. La situación se ha agravado en especial en los cuatro países con mayor endeudamiento: Brasil (110 mil millones de dólares), México (100 mil millones de dólares), Argentina (60 mil millones de dólares) y Venezuela (35 mil millones de dólares) (3).

En esa situación de crisis se realizaron en nuestro país dos sucesiones presidenciales en la década de los 80, en un escenario económico en el que el auge petrolero había quedado definitivamente atrás y la recesión apenas empezaba.

En 1982, las fuerzas productivas prácticamente dejaron de crecer y el desempleo se extendió con rapidez, afectando a millones de trabajadores. Los ajustes monetarios y fiscales se agudizaron y las condiciones del Fondo Monetario Internacional para seguir otorgando préstamos al gobierno mexicano obligaron a tomar medidas drásticas para corregirlos. Persistía el desequilibrio de la balanza de pagos y el país tenía cada vez menores recursos para hacer frente a la situación. La deuda externa creció a tal velocidad, que en un momento dado el gobierno se vio imposibilitado a cubrir las amortizaciones a sus acreedores. Numerosas empresas estaban fuertemente endeudadas, incluso algunas de poderosos grupos empresariales que habían venido creciendo con celeridad, como las de los consorcios Alfa y Vitro, del Grupo Monterrey.

El endeudamiento, el encarecimiento del crédito, la devaluación y una inflación sin precedentes fueron los elementos característicos de la economía mexicana en la década de los 80; esos factores han creado un cuadro crítico para toda la industria mexicana, porque ha tenido que

contraer su producción y recortar personal. En vista del fuerte endeudamiento tanto del gobierno como de las empresas privadas, y dada la escasez de divisas, los adeudos se pagan "en especie" (Swaps), o bien con una participación del capital extranjero en las empresas más endeudadas; eso ha generado cambios que de hecho afectan la composición del capital extranjero en la industria nacional.

Los problemas creados por el endeudamiento excesivo podrían acaso resumirse en otra escalofriante cifra: la deuda externa latinoamericana en su conjunto ascendía, al finalizar la década de los 80, a 430 mil millones de dólares; el flujo de las divisas (únicamente por concepto de intereses) de estos países hacia los acreedores alcanzó el orden de 204 mil millones de dólares en ese lapso (4).

La crudeza con la que se expresó la crisis trajo consigo la agudización de las contradicciones y querellas de la clase dominante, que se multiplicaron a lo largo del sexenio de López Portillo, el cual concluyó impregnado por los ataques al gobierno saliente de diversos sectores de la oligarquía -y también por supuesto, de la pequeña burguesía-, en particular la de Monterrey y el noroeste de Puebla, así como por los correspondientes contraataques de aquél y del movimiento obrero y campesino oficial, en un contexto en el que se llevaban a cabo reacomodos en las fracciones burgueses entre sí y con el gobierno que se instalaría el 1 de diciembre de 1982.

Los elementos hasta aquí expuestos nos permiten apreciar el significado de un régimen como el de Miguel de la Madrid, el cual tuvo un carácter de mediación entre las posturas conservadoras de la fracción burguesa de Monterrey, Puebla y el Valle de México, y las representadas por los reformistas.

El régimen instaurado en 1982 trajo consigo la imposición de nuevas políticas económicas: para contrarrestar los efectos de una demanda francamente deprimida y que con la política restriccionista tenía pocas posibilidades de

recuperación, el Estado alentó la exportación de manufacturas.

Pero en realidad ese gobierno gestó y desarrolló una difícil situación para el país y sobre todo para los trabajadores, quienes fueron condenados a una política "de austeridad" y de contención salarial, por medio de la cual la oligarquía buscaba restablecer las condiciones para iniciar una nueva fase del ciclo de reproducción capitalista. Sin embargo, esas medidas tenían grandes limitaciones, ya que conllevaban, entre otros problemas, una dependencia financiera más profunda y una inserción de la industria mexicana en el mercado mundial en condiciones a todas luces desfavorables.

Los saldos de esa política económica para nuestro país, al concluir la década de los 80, son los siguientes:

Tres millones 600 mil desempleados, deterioro de 52 por ciento en los salarios mínimos urbanos, una caída del Producto Interno Bruto *per cápita* de 36.5 por ciento, así como el descenso de 40.8 a 27.7 de las remuneraciones al trabajo dentro del ingreso nacional disponible; la tasa de desempleo abierto pasó de 6.8 a 11.9 por ciento de la población económicamente activa (PEA), como resultado de que la oferta de empleos creció a 1.2 por ciento, en tanto que la PEA lo hizo a 3.6 por ciento (5).

En el mismo periodo, el salario mínimo urbano tuvo un deterioro de 52 por ciento, fenómeno que se vio acompañado por una severa regresión en la distribución del ingreso, pues las remuneraciones al trabajo en el ingreso nacional cayeron de 40.8 a 27.7 por ciento en ese lapso, en tanto que la participación del capital en el mismo renglón subió de 50.6 a 65 por ciento.

Por lo que corresponde al crecimiento económico, a diferencia de lo ocurrido en todas las décadas posteriores a la Revolución, cuando creció a tasas aceleradas, durante los años ochenta el Producto Interno Bruto (PIB) apenas se movió

1.1 por ciento promedio anual y entre 1982 y 1989 permaneció casi fijo (0.3 por ciento anual).

El producto *per cápita*, que es uno de los principales indicadores del desarrollo, bajó de 64 mil 411 pesos en 1980 a 40 mil 875 pesos constantes en 1989, es decir, tuvo un descenso de 36.5 por ciento, con un promedio anual de menos 4 por ciento (6).

En esa década se sentaron las bases para construir un país más abierto al exterior, pero menos soberano, con menos Estado en la economía, pero con una rectoría en duda; con deuda externa renegociada, pero casi igual endeudada; en síntesis "un México más pobre para muchos y más rico para los menos" (7).

Las cifras económicas nos revelan que el sexenio de Miguel de la Madrid fue un régimen de transición hacia la implantación de un nuevo sistema neoliberalista; para ello era necesario relegar del poder a la burocracia política. El aparato de Estado fue tomado por los representantes de las fracciones dominantes de la gran burguesía, la industrial y la financiera: un grupo de tecnócratas formados académicamente en Harvard y otras universidades del extranjero, cuyo objetivo es insertar al país en el proceso de recomposición mundial del capitalismo industrializado, acorde con los cambios producidos en todo el sistema económico mundial.

2. *La crisis política*

Los cambios en la fracción hegemónica de la burguesía, que impuso una nueva política económica al país, tuvieron necesariamente que reflejarse en la esfera de lo político.

El principio de la ruptura con la vieja clase política en el inicio de la década de los 80 se puso de manifiesto durante la transición en los regímenes de José López Portillo y Miguel de la Madrid; en este periodo, la crítica burguesa a la política y en general a la intervención estatal era

contradictoria, porque la clase dominante necesitaba cada vez más del Estado para contener las luchas de sus antagonistas obreros y de otros sectores populares y para resistir la crisis, y porque

> ...sus propias acciones conducían, inevitablemente, a la mayor intervención del Estado, obligando a éste a ejercer su autonomía relativa para poner un freno a la especulación, rescatar el control de la situación y afirmar su hegemonía para preservar al sistema en conjunto, adoptando medidas radicales pero de un definitivo carácter capitalista" (8).

Los aspectos relevantes de esta crisis de transición se reflejaron, en el ámbito político, en dos situaciones al final de la década: la confrontación de fuerzas antagónicas alrededor de la propuesta de "modernización económica" -que en los hechos es una vuelta al neoliberalismo-, como efecto del desplazamiento de la burocracia política del aparato de gobierno y, por otra parte, en la incompatibilidad del control político con respecto a los cambios en la esfera económica.

Dos elementos ilustran esa crisis política de los 80 en México: la negativa del bloque gobernante a una reforma electoral realmente democrática y los cambios simulados en el partido en el poder, el PRI, que pretende continuar monopolizando el poder, hecho que se contrapone con la posibilidad de una reforma social democrática y con los cambios políticos a nivel mundial, observados en todos los países que tenían regímenes autoritarios, principalmente en el antiguo bloque socialista.

Los puntos más importantes de esa crisis política acaso pueden resumirse así:

1.- Una reforma electoral limitada y contra la oposición, a fin de preservar el dominio del PRI, aplastando el mandato popular del voto, aunada a los vicios de los fraudes electorales.

2.- División del gabinete presidencial en tecnócratas partidarios del neoliberalismo ("renovadores"), y los

miembros de la vieja burocracia política, los "dinosaurios"; ambos grupos enfrascados en una pugna constante.

3.- Autoritarismo en el proceso de la modernización económica.

4.- Crisis y divisiones en el partido en el poder, por los cambios en el comité ejecutivo, con el desplazamiento de la burocracia política (9).

Esta crisis política no es un problema de coyuntura ni de expectativas de corto plazo, conlleva una contradicción fundamental y necesariamente obligará a modificar el sistema político del país en los próximos años.

> La realidad nacional muestra los perfiles de una profunda crisis de transición en la que lo viejo no alcanza a morirse y lo nuevo no puede nacer, con el agravante de que las fuerzas económicas y políticas del país se mueven en una dirección democrática (10).

Esa contradicción se expresa, por una parte, en la búsqueda de un modelo neoliberal de desarrollo, pero en el contexto de una economía rigurosamente vigilada por el Estado, al tiempo que se profundizan los controles políticos, pero en una realidad en donde las fuerzas del sistema se resisten a dejarse dominar y donde la sociedad quiere ser partícipe de su propio destino, a través del equilibrio pluripartidista.

Este elemento nos lleva a otro proceso aparejado al cambio en el bloque dominante: un despertar de la sociedad civil, expresada en un impulso creciente en los movimientos sindicalistas, campesinos, urbanos y populares.

Veamos ahora como se ha reflejado esa crisis política y económica en la prensa.

B. Efectos de la crisis en la industria periodística

En la década de los 80, como industria, la periodística fue -y actualmente lo está- afectada por la crisis económica descrita en los párrafos precedentes.

Los costos de producción se han disparado, en especial en la principal materia prima, el papel, al tiempo que la crisis económica ha provocado mermas en los ingresos de las empresas periodísticas, tanto formales -venta de ejemplares y de publicidad-, como los informales -subsidios y dádivas. Además, el incremento en el precio de los ejemplares de los diarios ha hecho decrecer el número de lectores y el lineaje publicitario.

A causa del encarecimiento de los periódicos, un buen sector de la población prefiere informarse a través de la televisión; el efecto más visible de este fenómeno es una disminución de la demanda informativa, que ha creado un ambiente de competencia nunca antes conocido en las empresas periodísticas. Por otra parte,

A lo largo de la década de los 80, el incremento en los precios de las materias primas han llevado a la industria periodística a una crisis de desvalorización de su capital, que ha comenzado a acentuar la monopolización.

En el ámbito político, el afloramiento de las contradicciones dentro del bloque dominante descritos en la primera parte de este capítulo también han tenido su reflejo en la relación gobierno-prensa.

Los acontecimientos que determinaron las dos sucesiones presidenciales en la década de los 80 se tradujeron en un cambio en los tratos del gobierno con la prensa, pero éstos se circunscribieron principalmente al aspecto económico, como veremos más adelante.

El gobierno de Miguel de la Madrid, obligado a aplicar un presupuesto austero, a causa de la crisis, recortó severamente el gasto que destinaba a la industria periodística (11). Eso, y el resto de los fenómenos anotados, llevaron a la desaparición de un número considerable de diarios a lo largo de la década y a la disminución del tiraje y la paginación de otros.

Desde el punto de vista político, la aplicación del realismo económico a la industria periodística se ha traducido en una acentuación de las posibilidades de control sobre ésta; por otro lado, la traducción de pautas de "la renovación moral" a la prensa y la reordenación de las acciones y estructuras de comunicación, constituyen los hechos sobresalientes, en política de prensa, de la administración de Miguel de la Madrid (12).

Las devaluaciones de 1982 provocaron un enorme incremento en el costo del papel y repercutieron en el precio de los insumos y equipos para la impresión, que en su casi totalidad son importados o tienen altos contenidos de importación, como hemos señalado antes. Las cifras hablan por sí solas: el costo del papel se quintuplicó entre febrero de 1982 y diciembre de 1983 (13).

En lo que hace al papel, PIPSA revisó completamente su comportamiento. Tradicionalmente, esta empresa pública absorbía las fluctuaciones en el mercado mundial papelero y hasta el riesgo cambiario. En el primer año de gobierno de Miguel de la Madrid dejó de hacerlo y permitió que esa materia prima se cotizara de acuerdo al mercado internacional y la paridad del peso en relación al dólar. Por ello, el costo del papel pasó de significar el 40 por ciento al 60 por ciento en la estructura de costos de producción industrial en la prensa. Como consecuencia, se incrementaron también los costos al público (14).

El precio de los diarios ha registrado un incremento sin precedente: en 1983 pasó de 15 a 35 pesos, lo que significó un aumento de 133 por ciento; en agosto de 1990 el precio subió a mil pesos, lo que representa un incremento de ¡6 mil 666 por ciento! con respecto a 1983.

Aunque existen pocos estudios al respecto, las tarifas de publicidad también se elevaron. Tomemos el año de 1983, por ejemplo: en un lapso de siete meses, las tarifas sufrieron un incremento aproximado de 70 por ciento (15).

Un hecho relevante en la década de los 80 fue que, a pesar de la crisis económica, se fortaleció una tendencia a la concentración en el caso de la Organización Editorial Mexicana, que en los años recientes ha aumentado casi dos decenas de títulos a los que ya editaba cuando era la Organización García Valseca.

La concentración de la propiedad y el poder de los grupos empresariales que manejan la prensa en México se acentuaron en la década de los 80. El dominio de los medios de comunicación periodísticos recae en manos de unos cuantos grupos, los cuales mantienen estrechos vínculos entre sí. Durante la década, la estructura de propiedad de los medios analizados en esta investigación no ha sufrido cambios relevantes: salvo la intromisión gubernamental en el *Unomásuno* para cambiar a la directiva, y la fundación de nuevos diarios como *El Financiero* y *La Jornada*, los dueños siguen siendo los mismos que identificaron Fátima Fernández en la década de los 70 y Aquiles Fuentes en el principio de los 80.

Con base en los elementos citados hasta aquí, observamos que las condiciones económicas del país son determinantes para la prensa. En épocas de bonanza como la del auge petrolero en 1978-81, la prensa fue protagonista de la dilapidación de recursos por parte del régimen. En épocas de estrechez financiera, por el contrario, las oficinas de prensa racionalizan su presupuesto y los diarios que no tienen la mínima viabilidad son devorados por la crisis (16).

Este proceso fue resultado de la disminución del gasto público, que se concretó, en la política de prensa, en elegir diez diarios de la ciudad de México y tres entidades en la prensa de provincia para colocar allí la publicidad y propaganda del gobierno federal. La Secretaría de Gobernación era la encargada de aplicar esa política, gracias a las reformas a la Ley Orgánica de la Administración Pública (17).

Otro aspecto de la crisis en la industria periodística es la dificultad, habitual desde antes, pero agravada con las

condiciones económicas de los medios periodísticos para pagar salarios decorosos a los trabajadores (18). Por ello, la crisis también acentuó la dependencia de los periodistas respecto de las prácticas corruptas con las oficinas de prensa del gobierno.

Sin espacios ni tiempos para reflexionar sobre su quehacer profesional, muchos informadores se limitan a mantenerse como intermediarios entre las oficinas de prensa y las redacciones de los diarios. La crisis también repercute en las cargas de trabajo de los periodistas, porque las empresas, apremiadas por la estrechez financiera, prefieren utilizar al máximo la capacidad de trabajo de sus redactores y reporteros.

La crisis también ha motivado nuevos hábitos de lectura. Pese a que se ha estudiado poco sobre este aspecto, *grosso modo* se observa que el número promedio de lectores por ejemplar se ha incrementado, por el efecto de la reducción de nivel de vida y el incremento en el precio de los ejemplares, según información recabada por esta investigadora en varios diarios capitalinos. Este es también un efecto de la reducción de los tirajes de muchas publicaciones y de la disminución real entre el número de ejemplares editados y la población en capacidad de leer.

Podemos decir que la crisis y el programa de reordenación económica para encararla condicionaron la política de prensa en los primeros años del sexenio de Miguel de la Madrid. Ello condujo a la más severa modificación de la estructura periodística mexicana en el último cuarto de siglo, expresada (de modo más patente, pero no único) en la desaparición de los órganos de prensa carentes de viabilidad.

Así, la crisis económica que estalló a principios de la década de los 80 obligó a modificar algunas tendencias del periodismo en México. En especial destacan dos hechos: la inauguración de nuevas formas de financiamiento para crear una empresa periodística, como ocurrió con *La Jornada*, y por otro lado, la creación de periódicos especializados en temas

financieros, los cuales rompieron con la uniformidad informativa en las primeras planas de los diarios capitalinos.

Para tener una idea más completa de la situación de la prensa contemporánea en México, veamos las condiciones y los cambios ocurridos en la década de los 80 en los diarios capitalinos más importantes.

C. *Los diarios más representativos: una muestra*

Hay una gran dificultad para determinar cuántos periódicos se publican en la República Mexicana, porque no hay obligación legal de registrarlos. Al respecto, Granados Chapa señala:

> ...los medios impresos se rigen en México por una regulación jurídica distinta de la aplicable a la radio y a la televisión, de tal suerte que no es imprescindible registrarse ante un órgano oficial para poder aparecer ante la opinión pública. Del registro de un periódico ante una autoridad gubernamental pueden eventualmente derivarse ciertas ventajas pero no es, estrictamente hablando, obligatorio obtener la patente gubernamental para poder circular. Esta circunstancia impide que sepamos, bien a bien, cuántos diarios existen en la República Mexicana (19).

La mayor parte de los diarios suelen inscribirse en el Directorio de Medios Publicitarios Mexicanos, de tal suerte que según Granados Chapa, lo podemos tener como la fuente más fidedigna sobre el número de diarios que circulan en el país.

Pero antes de saber cuántos diarios existen en el país enfrentamos un problema: ¿bajo qué criterio vamos a definir a las empresas periodísticas? Con la excepción de los diarios capitalinos y algunos grandes diarios del interior (20), las empresas periodísticas son pequeñísimas. Casi toda la prensa del interior compra la información no generada en su localidad así como la publicidad a través de agencias periodísticas y de representantes o a algún periódico del Distrito Federal (21).

El punto principal es definir a qué tipo de diarios podemos clasificar dentro de "la gran prensa". *Grosso modo*, consideramos así a la que abarca todo tipo de informaciones y modalidades de información nacionales e internacionales y que muestra una circulación aceptable y que, además, mantiene una periodicidad diaria.

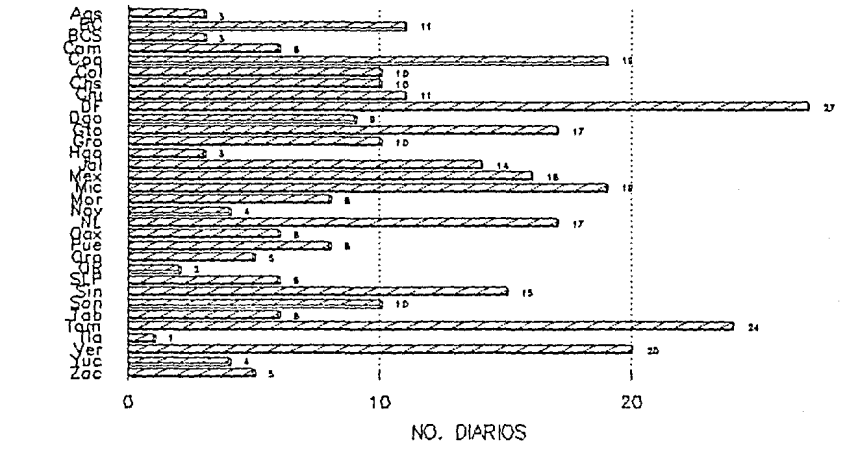
Desde un punto de vista cualitativo, es posible definir como gran prensa a los periódicos que se caracterizan por la información amplia que ofrecen sobre acontecimientos nacionales e internacionales de índole política y económica, sobre cultura, deportes, ciencias, etc. Contienen, además, reportajes analíticos, información de fondo, editoriales y columnas de importancia política (22). Son leídos sobre todo por la élite política, económica e intelectual del país (23).

Las condiciones económicas del país durante la década de los 80, como hemos visto, dejaron como saldo para la industria periodística un mercado deprimido, con una tendencia al crecimiento vertiginoso en los precios de producción y con la reducción en los tirajes, circulación y paginación de los diarios; también se tradujo en la reducción del número de éstos.

En 1982 había 406 diarios en nuestro país, en 1986 la cifra se había reducido a 352. Tomando los datos de la más reciente edición del directorio de Medios Impresos en el momento de escribir estas líneas, ese número era aún menor, de 332 periódicos (ver gráfica número uno y el cuadro A-3 en el anexo). Eso significa una reducción de 74 periódicos (18.23 por ciento) con respecto a 1982. De ese total, 27 diarios eran editados en la capital del país (24).

Para analizar la situación actual de la prensa en la capital, debemos explicar cómo se ha reflejado el cambio en

NUMERO DE PERIODICOS POR ESTADO



GRAFICA 1
DATOS DE FEBRERO (1990)
Fuente: Directorio Medios Impresos

la composición del grupo gobernante en los diarios más representativos, cuáles son los grupos económicos y/o políticos que tienen incidencia en los diarios y si existen otros intereses relevantes en forma paralela a la empresa periodística que controla cada diario. También debemos señalar las principales modificaciones ocurridas en los diarios en la década de los 80 -si las hubo- e identificar a las nuevas publicaciones relevantes que irrumpieron en el escenario periodístico en ese lapso.

Ante todo debemos tomar en cuenta, como lo señala Fátima Fernández, que los periódicos diarios de la ciudad de México están respaldadas por un grupo económico, o por uno político, que ejerce en cada diario una influencia particular, de acuerdo al tipo de participación, que va desde la propiedad del periódico mismo, hasta la influencia en la línea editorial, por intereses políticos.

Por otra parte, para estar en condiciones de analizar la filiación de un diario, es necesario determinar el régimen de propiedad bajo el cual opera: sociedad anónima, o cooperativa (25).

Para saber quién toma las decisiones en los periódicos que operan bajo el régimen de sociedad anónima, es necesario saber quiénes suscriben las acciones y con cuánto capital participan. En las sociedades cooperativas, es necesario investigar quiénes integran el consejo de administración.

Estos datos deben ser publicados en el Registro de Comercio, por las oficinas encargadas del Registro Público de la Propiedad, en forma obligatoria.

Para hacer nuestro análisis con los elementos citados, permítasenos tomar una muestra representativa de los diarios editados en la ciudad de México.

En esta muestra seleccionamos cinco diarios que operan como sociedad anónima y dos como cooperativa. A continuación los ennumeramos y señalamos los criterios bajo los que fueron seleccionados:

Sociedades anónimas:

1. *El Universal.*- Una de las primeros grandes empresas periodísticas creadas en la capital del país al término de la Revolución y muestra de una gran empresa que ha recibido subsidio y apoyo del gobierno.

2. *El Heraldo de México.*- Empresa periodística de orientación derechista, netamente proempresarial, cuyo dueño es miembro de la ramal poblana de la fracción burguesa vinculada al Grupo Monterrey y posee intereses en diversos sectores de la economía mexicana.

3.- *El Sol de México.*- Una gran cadena periodística de nuestro país, exponente de los signos de monopolización presentes en esta industria y objeto de la intervención del gobierno.

4.- *La Jornada.*- Muestra del periodismo relativamente independiente surgido en la década de los 80 en nuestro país, cuyos directivos innovaron la forma de fundar una empresa periodística, al convocar a un financiamiento público.

5.- *El Financiero.*- Muestra del auge de la prensa especializada en finanzas y economía surgida durante la década de los 80 y ejemplo de una empresa que se ha consolidado rápidamente y realizado una descentralización, cubriendo una parte considerable del territorio nacional.

Las cooperativas seleccionadas en la muestra son:

1. *Excélsior.*- Una gran cooperativa, uno de los diarios pioneros de la gran prensa surgida en los primeros años del siglo, que reflejó los cambios en la formación social mexicana en el 68 y adoptó una actitud crítica rompiendo con

la uniformidad periodística, por lo cual fue protagonista de la intervención abierta del gobierno.

2.- *El Día*.- Muestra del periodismo oficialista que recibe subsidios del gobierno y se halla vinculado directamente al partido en el poder (PRI).

A continuación presentamos una sinopsis sobre la historia de cada diario, así como su situación y los cambios más importantes ocurridos en ellos en la década de los 80.

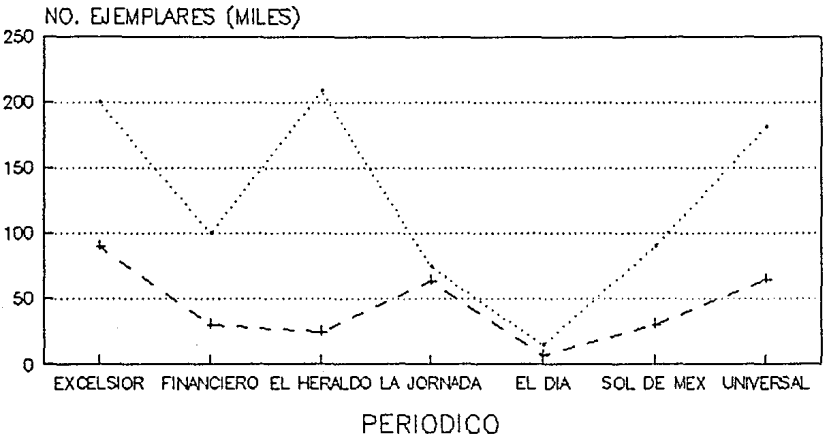
Antes de ello debemos hacer una advertencia fundamental: la imposibilidad de averiguar con certeza el tiraje y la circulación real de cada diario, dado que no existe ninguna fuente fidedigna para hacer acopio de esos datos. Granados Chapa atribuye esta situación a la larga práctica de simulación en las relaciones entre el gobierno y la prensa y considera que las diferencias entre la información proporcionada por el Directorio de Medios Impresos y la circulación real de los periódicos hay diferencias escandalosas. En la gráfica número dos se aprecian las diferencias entre los datos publicados en ese directorio y las cifras aproximadas recabadas por indagaciones propias de esta investigadora (26).

1. Sociedades anónimas

a. El Universal

El Universal es el diario más antiguo de los que se publican actualmente en la ciudad de México. Como su fundador, Félix F. Palavicini, fue miembro del constituyente en 1917, inicialmente el periódico se dedicó a estudiar los principios de la Constitución. Pero al comenzar la guerra mundial, tomó partido por los aliados. Su interés en esta guerra se explica, en parte, porque en el Consejo de Administración del periódico -presidido por Palavicini- figuraban un ciudadano francés, un inglés, un español y un belga.

TIRAJE DIARIOS—MUESTRA
(Miles de Ejemplares)



GRAFICA 2
Fuente: Directorio Medios Impresos e Indagaciones Propias

El señor Palavicini había dirigido (dos años antes de la fundación de *El Universal*) el *Imparcial*, órgano creado por Limantour, ministro de Hacienda del régimen porfirista. En ese misma año de 1914, en Veracruz, fundó un periódico carrancista con protección oficial, llamado *El Pueblo*.

En el acta de constitución de la Compañía Periodística Nacional, de fecha 15 de abril de 1915, se señala que la sociedad fue fundada por (27):

- Felipe Robertson, súbdito inglés
- George W. Cook, ciudadano mexicano
- Adrián Jean, ciudadano francés
- Camilo Bouhon, súbdito belga
- Angel Alvarez, súbdito español

Al margen del acta de constitución y cuatro años después de ella, se registra el testimonio de la escritura otorgada el 20 de noviembre de 1919, en la cual consta que el señor Félix F. Palavicini es presidente del consejo de administración. En 1927 el presidente de ese consejo, y también gerente, era el señor Miguel Lanz Duret.

Ese cambio se realizó porque en 1927 el presidente Calles, tras una serie de conflictos políticos y religiosos, instala un régimen de censura en la prensa y deporta a algunos periodistas, entre ellos a Palavicini.

Según Fátima Fernández, en 1964 se hicieron los primeros préstamos del gobierno a *El Universal*, a través de Nacional Financiera, y los bancos Somex y Banamex.

Según la misma fuente, también en 1964 aparecen varios registros donde se menciona al Banco de las Artes Gráficas, institución representada por los mismos accionistas de *El Universal*, que posteriormente sería objeto de intervención estatal por irregularidades de tipo legal, que desembocaron en el encarcelamiento de varios accionistas del diario, entre ellos Miguel Lanz Duret.

En 1969 se registra una reforma total de la sociedad, según acuerdo de la asamblea general extraordinaria de accionistas. Por medio de esa reforma la sociedad se

denominará El Universal y Compañía Periodística Nacional, con una duración de 50 años a partir del 1 de enero de 1969.

Desde 1970 el diario pasó a manos de Juan Francisco Ealy Ortiz, quien pasó a ser director y presidente del consejo de administración. En 1974, el propio periódico publica en el mes de febrero que su consejo de administración estaba integrado por:

- Juan Francisco Ealy Ortiz
- Pedro Suinaga Lanz Duret
- María Dolores Lanz Duret de Ealy
- Gaspar Rivera Barrios
- Luis Javier Solana
- Daniel López Barroso

Fátima Fernández señala que al inicio de la década de los 80, dado el nivel de endeudamiento del periódico con el gobierno y concretamente con la Productora e Importadora de Papel, S.A., el poder de decisión estaba compartido por la asamblea de accionistas citada y por el gobierno.

En la asamblea de accionistas aparecen fundamentalmente las familias Ealy Ortiz y Lanz Duret. La primera, de parentesco directo con Nazario Ortiz Garza, político y empresario.

Posteriormente el endeudamiento frente a esas instituciones y frente a PIPSA, así como una participación del gobierno -documentada en el Registro Público de la Propiedad con fecha 22 de agosto de 1980- en el capital de la empresa con una suma pequeña de 1.8 millones de pesos, se tradujo en una dependencia del diario con respecto al gobierno y en una influencia indirecta de los gobernantes en turno en la línea editorial del periódico (28).

El director de *El Universal* también forma parte del consejo de administración de las empresas vinícolas de Ortiz Garza. Esta relación, aunada a la participación de los dueños de *El Universal* en empresas y organismos del sector privado (29), explica la tendencia conservadora del periódico, pese a la intervención financiera del gobierno.

En la década de los 80 uno de los sucesos más importantes en este diario fue la adquisición del diario deportivo *La Afición*, pues en 1980 le fueron conferidos poderes jurídicos a Juan Francisco Ealy Ortiz, que le permitieron, junto con otras cuatro personas, ser nombrado presidente del consejo de administración de este diario, el cual fue fundado en 1930. El capital social de la nueva sociedad fue declarado en 15.2 millones de pesos. Karin Bohmann señala que a pesar de que Ealy Ortiz no figura como accionista, es de suponer que posee la mayor parte de las acciones de *La Afición* (30).

Ateniéndonos a los datos del directorio de medios impresos, el tiraje de *El Universal* en febrero de 1990 era de 101 mil ejemplares diarios;en una nota publicada el 8 de junio del mismo año, en respuesta al discurso de Salinas de Gortari respecto a una mayor transparencia en la relación entre medios impresos y gobierno, el propio diario publicó en su primera plana los resultados de una auditaje elaborado por la empresa *Certified Audit of Circulations, Inc.*, con sede en Nueva York, en al que se informa que la circulación pagada, en promedio, ascendía a 108 mil 441 ejemplares diarios y a 107 mil 903 los domingos. *El Universal* prometió entonces realizar trimestralmente auditajes similares (31).

b. El Heraldo de México

Meses antes de que el presidente Gustavo Díaz Ordaz asumiera el cargo de presidente de la República, la familia Alarcón, del Grupo Puebla, funda *El Heraldo de México*, periódico que salió a la luz pública el 9 de noviembre de 1965. Durante el gobierno de Díaz Ordaz, este diario apoyó tanto la política del expresidente poblano como las iniciativas y razones del sector privado.

Este es el periódico que refleja las posiciones de derecha y de la defensa de los empresarios. La familia Alarcón, también de origen poblano, está vinculada al Grupo

Monterrey y al capital trasnacional, como veremos a continuación.

En la escritura constitutiva de Editora Alarcón, S.A., aparecen como socios o accionistas los señores:

Nombre	Acciones
Gabriel Alarcón Chargoy	100
Gabriel Alarcón Velázquez	98
Oscar Alarcón Velázquez	300
Roberto Vivanco	1
Arturo Margalli	1

El primer consejo de administración de ese periódico, de acuerdo con el acta constitutiva, fue el siguiente (32):

Presidente	Gabriel Alarcón Chargoy
Secretario	Gabriel Alarcón Velázquez
Tesorero	Oscar Alarcón Velázquez
Vocal	Roberto Vivanco
Vocal	Arturo Margalli

Este es uno de los casos en que el consejo de administración coincide con los accionistas de la empresa. Cabe señalar que ambos, en este caso, están integrados únicamente por miembros de una misma familia.

De acuerdo al Registro Público de la propiedad, en 1981 las acciones de este diario estaban distribuidas de la siguiente manera (33):

Gabriel Alarcón Velázquez	4,890 acciones
Oscar Alarcón Velázquez	4,890 "
Ruperto Alarcón Bravo	4,000 "
Guillermo Alarcón Bravo	4,000 "

En 1981 trabajaban 500 personas aproximadamente y se declaraba un tiraje de 185 mil ejemplares. Este grupo también empezó a editar, en este mismo año, *El Heraldo de Puebla*, con un tiraje de 43 mil ejemplares diarios.

En 1981 la familia propietaria de *El Heraldo de México* tenía relaciones con el Grupo Financiero Internacional, con la industria automotriz, poseía cadenas de salas

cinematográficas y estaba vinculado con Carte Blanche (tarjeta de crédito) y Citrus Productos de México.

Carte Blanche en los Estados Unidos es una división de la empresa electrónica, espacial y cinematográfica AVCO. Esta empresa ocupa el lugar número 14 entre las corporaciones de su rama. Antes de ella están sólo trasnacionales de la talla de McDonell Douglas, Lookhedd, United Aircraft. AVCO está vinculada con el grupo bancario Lehman Brothers, Saches y Lazard, sexto banco en importancia dentro de Estados Unidos. AVCO es una corporación contratada a su vez por la Lookeed Aircraft para producción de material bélico.

A raíz de la crisis del grupo Alfa en los inicios de la década de los 80, los dueños de *El Heraldo* adquirieron el 25 por ciento de las acciones de Televisa, con lo cual aseguraron su participación en todos los medios de comunicación masiva, ya que se vincularon también con los dueños del grupo *Novedades* Editores.

Los principales accionistas de Editorial Alarcón (Gabriel Alarcón Chargoy, Gabriel Alarcón Velázquez, Oscar Alarcón Velázquez, Roberto Vivanco y Arturo Margali) han pertenecido al consejo de administración desde la fundación del periódico en 1965.

También son propietarios del Hotel Majestic y los principales accionistas que aparecen en éste son Gabriel Alarcón Chargoy, Luis Alarcón Chargoy, Gabriel Alarcón Velázquez, Roberto Cervantes y Herminia Alarcón Chargoy (34).

La familia Alarcón Chargoy figura también en la protocolización del Club 202, otra de sus empresas; esta es la razón social con la que funcionaba la Tarjeta de crédito Diners, S.A.. Esta tarjeta es conocida en Estados Unidos con el nombre de Diners Fugazy Travel & Incentive y en 1960 el 50 por ciento de la corporación estaba en manos de la agencia de publicidad Walter Thompson, que opera en 27 países del mundo y cuyo desarrollo ha estado ligado a la General Motors, la Ford y la RCA (35).

Los propietarios del *El Heraldo de México* participaban también en la banca (hasta el momento de la nacionalización de 1982), concretamente en el Grupo Financiero Internacional, donde Gabriel Alarcón Chargoy era consejero propietario y Gabriel Alarcón Velázquez consejero suplente. Gabriel Alarcón padre también era miembro del consejo de administración del Banco de Crédito Mexicano (36).

Una importante industria manejada por los Alarcón es la cinematográfica. La injerencia de esta familia data ya de varios lustros. Hacia finales de la década de los 50, el señor Gabriel Alarcón Chargoy dirigía *Cadena de Oro*, asociación de cines, que junto con *Operadora de Teatros*, dirigida por Manuel Espinoza Iglesias, pasó a ser manejada por una empresa de participación estatal minoritaria llamada Compañía Operadora de Teatros, S.A. (COTSA). Posteriormente Alarcón comenzó a formar una nueva cadena denominada *Circuito de Oro*, cadena que a partir del 20 de agosto de 1973 maneja la Compañía Operadora de Teatros (37).

El Heraldo de México constituye un claro ejemplo de los periódicos que no han tenido un momento político, pero cuya importancia radica en el sostenimiento de una línea editorial definida, que muestra gran congruencia entre su página editorial y su primera plana.

El Heraldo surgió al mismo tiempo que el régimen Diazordacista y vino a ocupar un sitio hasta entonces vacante: el del periódico anticomunista de la derecha. Es por ello que este diario desempeña una misión política relevante en la clase media.

Desde que se inició el régimen de José López Portillo y hasta el momento de escribir estas líneas, *El Heraldo de México* se ha distinguido por su acendrado anticomunismo, por sus ataques a las medidas reformistas del gobierno y por ser vocero de un sector financiero, industrial y comercial que representa al capital estrechamente vinculado con al extranjero.

Durante la década de los 80 no hubo cambios relevantes en este diario, pero a finales de ésta y principios de los 90, la familia Alarcón amplió su campo de participación en la industria de la comunicación, para lo cual se asoció -una vez más- con capital trasnacional.

Las empresas Bell Canada, Motorola Inc., MccaW, Cellullar Communications, General Cellular Corporation y Bell South se asociaron "con participación minoritaria" a capitalistas mexicanos para adquirir las concesiones de telefonía celular que empezaron a funcionar en 1990. Distribuidas por regiones, las concesiones que prestan el servicio en los estados de Aguascalientes, San Luis Potosí, Zacatecas, Guanajuato, Querétaro y varios municipios de Jalisco, fueron otorgadas al grupo empresarial encabezado por Gabriel Alarcón, asociado con la corporación telefónica Bell, de Canadá (38).

En 1990 el consejo directivo de *El Heraldo* estaba formado por: Herminia Velázquez de Alarcón, presidenta del consejo de administración; Gabriel Alarcón Velázquez, presidente y director general; Guillermo Alarcón B., gerente, y Eduardo Orvañanos Z., vicepresidente de planeación y ventas. Según el directorio de medios impresos su tiraje era de 209 mil ejemplares diarios.

c. El Sol de México

En 1965 el coronel José García Valseca fundó *El Sol de México*, diario que se sumó a la cadena periodística manejada por el propio coronel desde 1941, fecha en que bajo los auspicios de Maximino Avila Camacho apareciera el diario deportivo *Esto*.

Durante sus primeros años, *EL Sol de México* mostró una tendencia conservadora y un claro anticomunismo. Posteriormente dio cabida en su página editorial a algunos cooperativistas disidentes de la dirección de *Excélsior* y a defensores del sector privado. En la escritura de 8 de

diciembre de 1949, de Editorial Panamericana, S.A., aparecen como accionistas (39):

- José García Valseca
- Manuel Gutiérrez, Eduardo Fentanes,
- Ezequiel Alvarez y Juan Castillo
- Guadalupe García Lozano
- José de Jesús Taladrid
- Juan Ignacio Bribiesca
- Sergio Arias Salazar
- Everardo Flores
- Francisco Cabral
- Roberto Acevedo

El primer consejo de administración fue integrado por:

Presidente	José García Valseca
Tesorero	Guadalupe García Lozano
Secretario	José de Jesús Taladrid
Gerente	Juan Ignacio Bribiesca
Primer vocal	Sergio Arias Salazar
Comisario	Everardo Flores
Segundo vocal	Francisco Cabral

En la segunda mitad de 1973, el coronel García Valseca había expresado su intención de vender la cadena periodística; se interesaron en ella dos grupos económicos, el Alemanista y el de Monterrey, pero finalmente quedó en manos del gobierno, aunque aparece el mismo coronel como director.

En 1974 queda como presidente y director general de la empresa el general José García Valseca, sin embargo el consejo de administración cambia: el 10 de octubre de ese año, José de Jesús Taladrid, quien había fungido como vicepresidente y subdirector general, así como accionista desde los años 40, es sustituido por Benjamín Wong Castañeda. Este cambio en el consejo de administración fue resultado de una intervención gubernamental en el *Sol de México* debido al endeudamiento de la cadena periodística con el gobierno

Varios gobiernos anteriores al del presidente Echeverría habían condonado deudas que por concepto de papel o préstamos de instituciones crediticias oficiales había contraído el coronel García Valseca.

El gobierno de Luis Echeverría Alvarez cobra ese adeudo. El coronel intenta vender la cadena al Grupo Monterrey para pagarle. Este grupo, representado en la negociación por Cervecería Cuauhtémoc y Hojalata y Lámina, ofrece a García Valseca adquirir la empresa; el gobierno impidió la venta y Somex intervino la organización periodística, quedando como accionista mayoritario. En 1972 la Cadena García Valseca pasó a poder del gobierno, quien al final de cuentas la dejó en manos de Mario Vázquez Raña, su actual director (40).

La Organización Editorial Mexicana, como se denominó la nueva empresa editora de *El Sol de México,* fue creada formalmente en abril de 1976; así desapareció el nombre de Cadena García Valseca.

El propio Vázquez Raña admitió, en una entrevista, haber pagado 16 millones de dólares por la cadena y haberla recibido con una deuda de 80 millones de dólares en maquinaria que se debía a varios países extranjeros (41).

Al respecto, Miguel Angel Granados señala que entre los socios del señor Vázquez Raña figuraban funcionarios del gobierno del presidente Echeverría, tales como Fausto Zapata, encargado de la gestión de los medios del Estado durante ese régimen (42) y Francisco Javier Alejo, subsecretario de Ingresos de la Secretaría de Hacienda en el mismo sexenio, quienes entraron con 10 por ciento de capital cada uno, pero que después vendieron su parte a Vázquez Raña, quien en una entrevista declaró ufano:

> "...Hoy estoy más que feliz. La empresa que tenía pérdidas hoy está saneada y es un negocio que deja. Claro que tuve que hacer modificaciones; de cerca de 4 mil trabajadores que había en las oficinas centrales aquí en la ciudad de México, los reduje a 800 y, de 27 periódicos que operaban ahora son 77 en toda la república" (43).

Independientemente de los nexos de Vázquez Raña con el expresidente Echeverría, la propiedad de la cadena periodística regresó a manos privadas. Quedó claro que la política del Estado hacia la prensa no implica la necesidad gubernamental de poseer medios informativos de carácter impreso como algo fundamental.

Vázquez Raña nació en España, en 1933 y llegó a México en 1949. Además de ser el propietario de la Organización Editorial Mexicana, es codueño de la empresa mueblera Hermanos Vázquez y concesionario de varias estaciones de radio y canales de televisión en diversos estados de la República mexicana. Por otro lado es presidente de Comité Olímpico Mexicano desde 1974, de la Organización Deportiva Panamericana desde 1975 y de la Organización de Comités Olímpicos Nacionales desde 1979, organismo al que están afiliados 169 países. En 1988, el libro *Los más ricos del mundo*, de la revista francesa *L'Expansion*, colocó a Vázquez Raña como el quinto hombre más rico de México (44).

En la década de los 80 hubo cambios relevantes en la Organización Editorial Mexicana, ya que el poderío de Vázquez Raña creció a tal grado, que incursionó en una empresa de capital extranjero al adquirir la agencia informativa estadounidense United Press International (UPI), como veremos más adelante.

La cadena periodística de la OEM representaba en 1981 el 14 por ciento del total de diarios en circulación en el país. Fuentes Fierro señala que "por su extensión y cobertura, la información despachada por OEM debe ser la fuente noticiosa con más lectores en el país" (45).

Desde el punto de vista sólo del número de ejemplares que maneja, en 1990 la Organización Editorial Mexicana era propietaria del 23.9 por ciento del total de diarios editados en todo el país, es decir, un promedio de 2.39 ejemplares por cada 10 que circulan en el territorio nacional (46). Véanse la gráfica número 3 y en el apéndice el cuadro A-4, con la relación de los diarios propiedad de la OEM.

Esta situación indica que ya hay un notorio proceso de concentración de la información periodística en un solo grupo empresarial. Por otra parte, esta empresa también edita el diario deportivo *Esto*, el que según los datos del directorio de Medios Publicitarios Mexicanos, era el de mayor tiraje de todos en febrero de 1990: 400 mil ejemplares diarios.

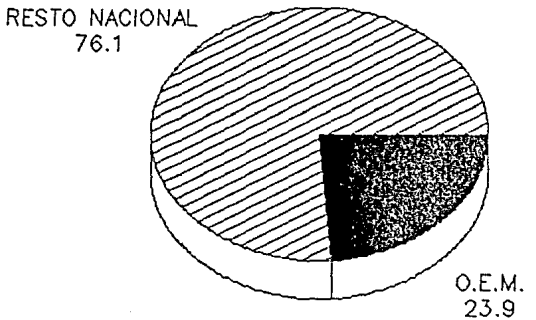
La investigadora Fátima Fernández señala que la Organización Editorial Mexicana ha tenido dos momentos políticos importantes. El primero, a pocos años de su fundación -como la antigua Cadena García Valseca-, cuando Maximino Avila Camacho le dio un fuerte apoyo económico, con miras a utilizar los diarios hasta entonces constituidos como apoyo a su fallida campaña presidencial (47).

El segundo momento político relevante se registró en los primeros años de la década de los 70, época en la que la cadena contaba con unos 30 periódicos distribuidos en casi todos los estados de la República, con excepción del Sureste. Esto representaba un altísimo potencial de influencia y un botín apetecible para los grupos que estaban en condiciones de adquirir los diarios. Hubo entonces ofrecimiento del grupo alemanista, del de Monterrey y del mismo gobierno; finalmente, como hemos referido antes, Somex adquirió las acciones mediante el cobro de una deuda de 400 millones y la cadena pasó a poder del gobierno, adquiriendo, por su distribución nacional, una importancia política nunca antes alcanzada, para después quedar finalmente en manos de Vázquez Raña.

En la década de los 80 el hecho más relevante en esta empresa fue, sin duda, la adquisición de la agencia UPI.

Veamos brevemente la cronología de la compra de Vázquez Raña: en 1982, la compañía E.W. Scripps, fundadora de *United Press*, en 1907, y la que la llevó en los años 50 a convertirse en "*International*", anunció su decisión de vender lo que era el segundo sistema informativo del mundo, detrás de *Associated Press* (48).

DIARIOS DE LA ORGANIZACION EDITORIAL MEX
(Porcentaje)



GRAFICA 3
Fuente: Elaboracion Propia

Dos empresarios de Tennessee compraron la empresa, pero en dos años las finanzas de ésta se precipitaron al vacío, los empleados estaban descontentos y la relación de los nuevos dueños con el sindicato estaba cada día más deteriorada.

La que era la agencia más importante del mundo se fue a la quiebra y su destino quedó en manos de un juez. Reuters, el servicio informativo británico, trató de adquirir la agencia, pero no se formalizó ninguna transacción.

En 1985 trascendió que un mexicano muy rico estaba interesado en comprar UPI: Mario Vázquez Raña. El 12 de noviembre del mismo año se hizo el anuncio definitivo de que UPI tenía nuevo dueño.

Pero el magnate mexicano fracasó en su empresa: en abril de 1986 la situación financiera de la agencia estaba peor que nunca y a finales de ese mes la crisis llegó al grado de estar a punto de no tener dinero para pagar la nómina de la *New UPI*, como se llamaba la compañía.

Vázquez Raña fracasó por su empeño en manejar UPI de la manera como había conformado su cadena de diarios en México, donde centralizó el poder en un pequeño círculo de colaboradores de su confianza y, por otra parte, porque manejó la empresa con austeridad.

A finales del verano del mismo año, los clientes de UPI comenzaban a hartarse del mal servicio periodístico que ésta les proporcionaba:

> Para noviembre habían cancelado este servicio *The New York Times, The Dallas Herald, The Denver Post, The Harfort Courant* y algunos medios internacionales, como el japonés *Mainichi*. Otros periódicos, como *Los Angeles Times, Washington Post y el Chicago Tribune*, quisieron cancelar más tarde pero la administración de UPI les siguió mandando el servicio sin cobrar un centavo (49).

En 1986 y 87, UPI tuvo que cerrar varias oficinas internacionales y en Estados Unidos. En enero de 1988 la compañía estaba virtualmente paralizada. Desesperado, Vázquez Raña decidió escuchar el ofrecimiento que meses atrás le

había hecho Earl Brian, un hombre cercano al procurador general de Justicia de Reagan, Edward Meese.

> Brian ofreció a Vázquez quedarse con la compañía, pero en forma de arrendamiento, y relevaría de las responsabilidades financieras al mexicano pero no compartiría con él las utilidades. Según este acuerdo, Brian pagaría las deudas de UPI. El mexicano no vería ni un centavo. Además, Brian advirtió al dueño de UPI que tendría que decidir ese mismo día y firmar los papeles. Los términos no le gustaban a Vázquez Raña, pero ya había perdido mucha dinero y no le quedó más que aceptar (50).

Así concluyó la mala aventura del empresario mexicano en el periodismo estadounidense, pero su consorcio en México continúa viento en popa y, hasta el momento de escribir estas líneas, el inventario de los diarios manejados por la OEM alcanzaba un total de 77, casi la tercera parte los que existen en el país.

Según datos del directorio de medios impresos, el tiraje de *El Sol de México* era de 90 mil ejemplares diarios; extraoficialmente, se nos informó en el propio diario que la cifra real era de 75 mil ejemplares.

d. El Financiero

En la década de los 70, sobre todo en los últimos años, se observó un *boom* en la información financiera a través de las agencias de noticias, que diversificaron sus servicios para ofrecer un mercado de noticias con información especializada.

En este contexto surgió en 1981 *El Financiero*, primer periódico de nuestro país que capitalizó ese auge mundial. El éxito de este diario tiene comparación con el de muchos de los periódicos europeos que se iniciaron como hojas de noticias financieras, por ejemplo *Le Monde* en Francia, el *Frankfürter Handelzeitung*, de la República Federal de Alemania y el *British Times* en Gran Bretaña.

El investigador Cees Hamelink señala que las razones adicionales que incidieron para que la información financiera

ocupara un lugar preponderante en el mercado mundial durante la década de los 80 fueron, por un lado, la saturación del mercado de noticias generales y, por el otro, que a los dueños de los diarios les convenía explorar nuevos y más baratos canales de comunicación, como las técnicas de la transmisión vía satélite, que poco a poco desplazaron al sistema de los corresponsales (51).

La empresa que edita *El Financiero* es una sociedad anónima de capital variable constituida el 2 de julio de 1981. En el acta constitutiva de la Sociedad Mercantil denominada "Grupo Editorial Sefi", S.A. DE C.V., registrada en el volumen 428 con el número 42,508 ante la Notaría Pública No.91. se establece que el capital inicial de la sociedad era de 6 millones 530 mil pesos, representado por 130 mil 600 acciones comunes, nominativas, con valor nominal de cincuenta pesos cada una; estas acciones fueron marcadas con la serie "A" y las correspondientes a la parte variable del capital social se marcaron con la serie "B".

En ese documento aparecen como socios fundadores las siguientes personas:

Nombre	No. Acciones	Capital
Lucina Suárez de Moreno Valle	6,500	$326,500.00
Guillermo Escaip Karam	6,530	$326,500.00
Tomás Carlos León Santacruz	1,306	$ 65,300.00
Guillermo Núñez Esteva	2,612	$130,600.00
Alejandro Sánchez de la Barquera	2,612	$130,600.00
Francisco Carlos Esteban Sadurni	3,263	$163,250.00
Fco. Javier Moreno Valle	29,385	1,469,250.00
Rafael Moreno Valle Sánchez	13,060	653,000.00
Rogelio Cárdenas Sarmiento	6,530	$326,500
Rogelio Cárdenas Pérez Redondo	19,590	$979,500.00
Alejandro Ramos Esquivel	6,530	$326,500.00
Constantino Matouk Matouk	13,060	$653,000.00
Gustavo Iriondo Erreguerena	19,590	$979,500.00
	------	----------
T o t a l	130,600	6,530,000.00

En el cuadro anterior podemos observar que la familia Moreno Valle detentaba el mayor número de acciones entre ese grupo de inversionistas: 49 mil 945 acciones; en segundo lugar aparece la familia Cárdenas, es decir, el primer director de *El Financiero* y su hijo, con 26 mil 120 acciones; ambas familias controlaban el 58.24 por ciento del total. Gustavo Iriondo Erreguerena, con 19 mil 590 acciones, era el otro socio con la mayor participación (15 por ciento).

Según el acta constitutiva de el Grupo Editorial Sefi, el primer Consejo de Administración quedó integrado de la siguiente manera:

Presidente	Francisco Javier Moreno Valle Suárez
Secretario	Gustavo Iriondo Erreguerena
Primer vocal	Guillermo Núñez Esteva
Segundo vocal	Rogelio Cárdenas Sarmiento
Tercer vocal	Carlos Esteban Sadurni González

La sociedad entre las familias Moreno Valle y Cárdenas duró poco tiempo y más tarde la segunda se quedó con el control y la mayor parte de la propiedad de la empresa periodística. Actualmente el director general del diario es Rogelio Cárdenas hijo.

La familia Moreno Valle es originaria de Puebla. El padre del socio mayoritario fundador de *El Financiero*, Rafael Moreno Valle, es médico de profesión y llegó a ser gobernador de Puebla y secretario de Salubridad.

Miguel Angel Granados Chapa comenta que después de su breve asociación con la familia Cárdenas Sarmiento, Moreno Valle emprendió una nueva empresa periodística al fundar una empresa de información televisiva a pedido, vinculada a Televisa. También concibió la idea de un nuevo diario, *El Independiente* (52), que saldría a la luz pública en el primer o segundo trimestre de 1990, con Fernando Benítez como director general y "con una inversión estimada en 600 mil dólares en un año y medio, una selecta planta de colaboradores, y la promesa de ser, desde su nacimiento, el mejor periódico del país" (53).

La evidencia del control de *El Financiero* por parte de la familia Cárdenas Sarmiento se halla en el último cambio en esta empresa periodística, pues en mayo de 1990 cambió su razón social "Grupo Editorial Sefi" , S.A. de C.V. a "El Financiero", S.A. de C.V.

Según datos recabados en el propio diario, el primer ejemplar de *El Financiero* salió a la luz pública el 15 de octubre de 1981. El propósito de esa publicación especializada ha sido brindar información a las grandes empresas sobre los mercados monetarios, bursátiles y de materias primas -agropecuarios, metales, y energéticos- tanto nacionales como internacionales; también brindar información sobre actividades industriales, comerciales y empresariales, tecnología, investigación académica, así como noticias de interés general.

Los fundadores de *El Financiero* explicaron que había la necesidad de fundar un diario con esas características, ya que las grandes capitales del mundo cuentan con publicaciones especializadas en economía, finanzas y su propósito es informar, sobre todo, lo concerniente a estos sectores; tal es el caso de diarios como *The Wall Street Journal* en Nueva York, *The Financial Times* en Londres y *The Japan Economic Journal en Tokio*.

En un documento entregado a esta investigadora en *El Financiero*, se anota que el diario "cuenta con un equipo especializado de reporteros, economistas, analistas técnicos y comentaristas"; complementa su información con agencias noticiosas internacionales (54).

En el mismo documento se establece que el antecedente para la creación de *El Financiero* fue una investigación, apoyada por encuestas, realizada por un equipo de profesionales dirigidos por el señor Rogelio Cárdenas Pérez Redondo, director y fundador del diario; ese estudio se llevó a cabo entre numerosas empresas públicas y privadas y la banca. Se entrevistó a ejecutivos y diversos grupos de

profesionistas, con el fin de conocer la necesidad de una publicación especializada en finanzas y economía.

El Financiero mantiene un estrecho contacto con las publicaciones de su género de otras regiones del mundo; mantiene un convenio con la agencia británica Reuters y con la estadounidense Telerate (*The Wall Street Journal*), con la cual contrató un servicio de retroalimentación de servicios especializados en economía y finanzas que, mediante sistemas de computación y uso de satélites, envía a todo el mundo información sobre México.

La cobertura actual, además del Distrito Federal y área metropolitana, cubre localmente con ediciones y oficinas los siguientes estados de la República: México, Morelos, Jalisco, Querétaro, Puebla, Nuevo León y Sonora.

El Financiero se distribuye también entre lectores hispanoparlantes de Estados Unidos, en las ciudades de Los Angeles, Nueva York Chicago, San Antonio, Houston, Dallas y otras ciudades fronterizas.

También se envían ejemplares de este diario a bancos, organismos internacionales (Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional), instituciones financieras, casas de bolsa y universidades (55).

Según información proporcionada en el Departamento de Suscripciones del propio diario, los lectores de *El Financiero* tienen escolaridad mínima de preparatoria y existe un alto porcentaje -no fue posible especificarlo- de graduados de escuelas de estudios superiores. Este diario penetra principalmente a las clases media baja, media superior y superior alta. Según la misma fuente el promedio de lectores por ejemplar es de 4.5

Según la edición de febrero de 1990 del Directorio de Medios Impresos y Publicitarios, el tiraje de *El Financiero* era de 209 mil 600 ejemplares; sin embargo, en el documento proporcionado por el diario a esta investigadora se consigna un tiraje de 145 mil ejemplares diarios. La diferencia podría explicarse porque en el directorio de medios publicitarios la

información está inflada, por motivos comerciales. Pero extraoficialmente se nos informó en el Departamento de Circulación de ese diario que el tiraje real es de 121 mil 195 ejemplares diarios, de los cuales 57 mil 900 corresponden a suscripciones en todo el país.

Además de *El Financiero*, este grupo editorial ha consolidado una serie de publicaciones semanales especializadas en temas de mercados, finanzas, publicidad, deportes, importaciones y exportaciones y otros. La familia Cárdenas también posee una empresa de diseño gráfico, Multimagen, tiene participación en la empresa de computación Televideo y es propietaria de la agencia de viajes Empretur.

Las publicaciones editadas por el grupo editorial El Financiero son: *Multiplicador Financiero, Publimerc, Infoplus, El Exportador Mexicano, Informe Especial, Reporte de Mercados* y *Análisis Fondos de Inversión*.

Los directivos de *El Financiero* en agosto de 1990 eran:
Director: Lic. Rogelio Cárdenas Sarmiento
Subdirector de Información: Lic. Alejandro Ramos Esquivel
Subdirectora de Difusión y Promoción: Rosario Cárdenas de Zorrilla
Subdirector Comercial: Alejandro Zorrilla
Subdirector de Administración: Lic. José Luis Barrientos
Subdirector de Análisis Económico: Alberto Tovar

Una de las características más interesantes de un diario especializado como *El Financiero* es que, si bien presenta información oficial y boletinada, junto con declaraciones oficiales y actos del gobierno, utiliza con mucha frecuencia información generada por su propia planta de reporteros y analistas, y usualmente es ésta la que ocupa las primeras planas; con ello, rompe con la uniformidad de los titulares de ocho columnas de los demás diarios capitalinos.

e. *La Jornada*

El nacimiento de *La Jornada* fue producto de los sucesos ocurridos a finales de 1983 en *Unomásuno*, con la renuncia de cuatro ejecutivos y medio centenar de colaboradores de éste.

Nacido el 14 de noviembre de 1977, con periodistas que renunciaron a *Excélsior* el 8 de julio de 1976, tras del golpe que instrumentó el gobierno echeverrista, *Unomásuno* fue la segunda alternativa de su fundador, Manuel Becerra Acosta, ex subdirector de *Excélsior*, quien no halló consenso para intentar, mediante el retorno, la recuperación de este periódico.

Con más análisis que información como oferta, *Unomásuno* ganó pronto la confianza de sectores ilustrados y se hizo de un sitio en la vida periodística de México, particularmente a través del suplemento *Sábado* que dirigió el escritor Fernando Benítez durante siete años.

El 2 de diciembre de 1983, sin embargo, renunciaron los subdirectores Carlos Payán y Miguel Angel Granados Chapa, junto con la subdirectora de Información, Carmen Lira, y el segundo jefe de Redacción, Humberto Musacchio. El asesor de la dirección general, Héctor Aguilar Camín, fue cesado. Los renunciantes adujeron una triple crisis en *Unomásuno*: empresarial, moral y política.

En febrero de 1984 y con Carlos Payán como cabeza, 75 periodistas y escritores convocaron a la formación de una empresa periodística, que dio a luz el 19 de septiembre del mismo año al primer número de *La Jornada* (56).

La Jornada es un periódico editado por una empresa privada, Desarrollo de Medios, Sociedad Anónima de Capital Variable y su capital inicial, de 110 millones de pesos, fue aportado en libre suscripción por 2 mil 70 accionistas preferentes y 160 comunes. Según un documento interno proporcionado por el diario a esta investigadora, "ninguno de los accionistas posee mayoría ni domina las decisiones en el Consejo de Administración".

Las aportaciones iniciales fueron de 100 mil pesos por cada acción común (serie "A") y cinco mil por cada papel preferente (serie "B"). Otra parte -no especificada- del capital inicial de *La Jornada* fue conseguida por la donación de un grupo de artistas mexicanos, de pinturas, serigrafías, fotografías, esculturas y otras obras.

> "*La Jornada* es el fruto periodístico de un espíritu de inversión colectiva, convocado públicamente por un grupo de profesionales de la prensa el día 29 de febrero de 1984. Ese día en el Hotel de México de la capital de la República se dieron cita cerca de 6 mil ciudadanos cuya necesidad de un prensa crítica e independiente fue y sigue siendo motor y recurso fundamental de nuestro diario" (57).

En el número cero de *La Jornada* repartido el 29 de febrero de 1984 a los concurrentes a la junta de información, se explica en un artículo bajo el encabezado "Guía de accionistas", que el capital de la nueva sociedad anónima "se constituirá con acciones ordinarias y preferentes. Las primeras serán propiedad de quienes participen en la elaboración del diario y disfrutarán de voto pleno".

"Las acciones preferentes serán propiedad de inversionistas que con ánimo solidario aportan capital y creen en la viabilidad de un proyecto democrático de información y análisis". Estas acciones tienen voto limitado y las prerrogativas que les concede la ley de sociedades mercantiles. Obtendrán un dividendo de 10 por ciento, pagadero con antelación a las acciones ordinarias.

El director general de *La Jornada* tiene a su cargo la política editorial y es designado por la asamblea ordinaria de una terna propuesta por el consejo de administración; el tiempo que dura su cargo es de cuatro años y se contempla la reelección una vez de modo inmediato. El actual director del diario, Carlos Payán Velver, fue reelecto en 1989 para ocupar el cargo un cuatrienio más.

El consejo de administración de *La Jornada* está integrado por once miembros y es elegido por la asamblea

ordinaria de accionistas. En 1990 la empresa editora de *La Jornada,* Demos, S.A. de C.V., daba empleo a cerca de 300 personas, según información recabada en el propio diario.

Según una investigación realizada por la agencia IMOP, *La Jornada* posee un promedio de 2.46 lectores por ejemplar y se estima que del total de lectores, el 60 por ciento son hombres y el resto mujeres. La ocupación de sus lectores es 26 por ciento de profesionistas, 43 por ciento de empleados, seis por ciento de comerciantes y 19 por ciento de estudiantes; los tres primeros suman 75 por ciento.

La escolaridad de los lectores es la siguiente: 26 por ciento manifestó tener estudios universitarios sin completar; el 30 por ciento licenciatura, el 9 por ciento maestría y el 4 por ciento doctorado, eso hace un total de 69 por ciento y el resto comprende lectores cuya escolaridad va desde la primaria hasta la preparatoria (58).

En el directorio de Medios Impresos se manifiesta que *La Jornada* tenía un tiraje de 75 mil ejemplares diarios; sin embargo, en respuesta a una carta publicada en su sección *Correo Ilustrado, La Jornada* informó que su tiraje, en junio de 1990, era de 63 mil ejemplares diarios (59). Según los datos arrojados por un estudio realizado por la agencia de investigación de mercados IMOP, la empresa estima que en 1990 su circulación sobrepasaría los 100 mil ejemplares diarios, una vez que se pusieran en marcha dos nuevas y modernas rotativas adquiridas en 1989 por *La Jornada.* La empresa editora informa en el mismo documento que una vez que se utilice ese sistema de impresión llevará a cabo una certificación de tiraje, la cual sería elaborada por una compañía internacional de auditores.

Carlos Payán Velver era el director general de *La Jornada* en el momento de concluir estas líneas, marzo de 1991. Nació en el Distrito Federal en 1929 y es licenciado en Derecho por la UNAM. Ha ocupado diversos cargos en la administración pública: subdirector de Fomento cooperativo de la Secretaría de Industria y Comercio (1962-1964) y director

de Crédito del Infonavit (1972-1976). Fue también coordinador de publicaciones de la comisión nacional editorial del Partido Revolucionario Institucional (1975-76).

Miguel Angel Granados Chapa fue director hasta el 20 de junio de 1990 y al momento de concluir esta investigación no se había nombrado a nadie para sustituirlo.

2. Cooperativas

a. El Día

Bajo el régimen de Adolfo López Mateos se fundó *El Día;* su primer ejemplar salió a la luz el 26 de junio de 1962. Se constituyó como sociedad cooperativa y su fundador fue Enrique Ramírez y Ramírez (60), quien fungió como director hasta su muerte, en 1980. Socorro Díaz asumió el cargo en 1981.

Oficialmente administrado como una cooperativa de trabajadores, las decisiones que afectan a este diario son sólo de la dirección.

El 26 de junio de 1962, Enrique Ramírez y Ramírez fundó Publicaciones Mexicanas, S.C.L., siendo él mismo su primer director. La cooperativa operó comercialmente, desde entonces, con el nombre de *El Día*.

El primer consejo de administración de la cooperativa se integró de la siguiente manera (61):

Presidente	Enrique Ramírez y Ramírez
Secretario	Salvador Robles Quintero
Tesorero	Eduardo Alonso Escárcega

A pesar de que posteriormente se conformaron otros consejos de administración, quien definía la política editorial del diario y la ideología de éste era Enrique Ramírez. En ambos se reflejaba la trayectoria política de quien en su juventud fuera un vasconcelista apasionado, miembro de la Federación Juvenil Comunista de México y más tarde del Partido Popular Socialista. El anticlericalismo y antinorteamericanismo que *El Día* postuló en su primera etapa se explica por esa filiación política de su ex director.

Durante sus dos primeros años de existencia, la línea política de *El Día* coincidió con la del gobierno de López Mateos (62).

Al contrario de otros diarios, *El Día* tiene una circulación muy limitada y una línea informativa orientada a la noticia política, principalmente.

El Día está identificado como vocero del sector oficial. Raúl Trejo Delarbre señala que este diario ha encontrado una fórmula para subsistir: se ha identificado con determinado tipo de organizaciones priistas, para recibir de ellas influencia, apoyo económico y respaldo político.

> *El Día* es notoriamente afín a las posiciones del Congreso de Trabajo y la CTM, organismos que, de esta manera, no necesitan de un diario propio (como ocurre en otros países con las grandes centrales obreras) (63).

El Día tiene una situación económica garantizada por afluentes externos a la empresa periodística propiamente dicha. En este caso no funciona el mecanismo de mayor circulación-más publicidad, ni ésta es vital para la supervivencia de dicha empresa periodística.

Tan no necesita publicidad comercial, que *El Día* es el único de los grandes periódicos capitalinos que no se anuncia en el Directorio de Medios Impresos. Algunos autores estiman que el 55 por ciento de la publicidad de *El Día* es gubernamental (64).

La existencia de un diario con las características de *El Día* explica el hecho de que un buen porcentaje del espacio adquirido por el Estado y las organizaciones afines a él no son, aparentemente, necesarias; tienen como objeto real funcionar como un subsidio a la prensa, lo cual constituye un enorme poder de negociación e incluso de imposición en determinados sentidos (por lo menos en lo relativo a la imagen estatal). A través del intercambio mercantil (y de la corrupción del periodista) el Estado logra dirigir y emitir la información de acuerdo a los criterios establecidos por su política y crear una opinión pública favorable a él. "Tan

eficaz ha sido el mecanismo, que el Estado no se ha preocupado demasiado por tener un órgano de expresión impresa de mayor importancia que *El Nacional*" (65).

Según Fátima Fernández, *El Día* pertenece al tipo de periódicos que no han tenido un momento político definido y cuya importancia radica en el sostenimiento de una línea editorial definida, alcanzando -a diferencia de otros diarios- un alto grado de congruencia entre sus página editorial y su primera plana (66).

El Día ha mantenido una posición antimperialista desde su fundación y hasta la muerte de su director Enrique Ramírez y Ramírez. Hasta entonces, este diario apoyó siempre la actuación del primer mandatario y guardó cautela en los momentos de sucesión presidencial.

Esa situación no cambió con el nombramiento de Socorro Díaz en la dirección general de *El Día*. La década de los 80 se inició para ese diario con la llegada de una mujer a la dirección general, por primera vez en la historia de la gran prensa mexicana. Durante el resto de la década no hubo cambios significativos en el diario.

Socorro Díaz, egresada de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, ha sido miembro del PRI desde 1969, año en que formaba parte del comité municipal de Comala, Colima, su lugar de nacimiento. Llegó a ocupar una curul en la Cámara de Senadores desde las filas del PRI. Inició su carrera de reportera en 1969 y en 1972 llegó a *El Día*, donde laboró como articulista y editorialista (1972-1980), jefa de redacción (1973-75), directora del suplemento *El Gallo Ilustrado* (1975-1977), subdirectora (1979-1980), integrante del Consejo de la dirección (1980-81) y desde 1981 es la directora general (67).

Extraoficialmente, en agosto de 1990, el Departamento de Circulación de *El Día* informó verbalmente a esta investigadora que el tiraje era de 15 mil ejemplares diarios.

Fiel a su política antiimperialista, en 1990 *El Día* lanzó al mercado una nueva publicación: *El Día*

Latinoamericano, proyecto en el que se lanzaron ediciones simultáneas en otras naciones de América Latina.

b. Excélsior

El segundo periódico más antiguo de los que actualmente se editan en la ciudad es *Excélsior*; fue fundado el 18 de marzo de 1917 por Rafael Alducín, quien era su propietario. En un principio *Excélsior* funcionó como sociedad anónima y posteriormente, a raíz de conflictos obrero-patronales, pasó a operar bajo el régimen de sociedad cooperativa.

Excélsior nació y creció junto a *El Universal* de Palavicini. Los dos periódicos fueron un exacto reflejo de la prensa estadounidense del momento. Eran entonces modelos del periodismo moderno. El *Excélsior* de Alducín introdujo en México, entre otras cosas, el Día de las Madres, la mejor foto del niño recién nacido, de los nacimientos navideños, etcétera. La viuda de Alducín asumió la dirección del periódico a la muerte de su marido, pero acabó entregando la empresa a los trabajadores. De ahí surgió, en 1932, la Cooperativa *Excélsior*.

Fátima Fernández señala que durante los cinco sexenios posteriores al gobierno de Lázaro Cárdenas, *Excélsior* operó sólo nominalmente bajo el régimen de cooperativa, porque en realidad funcionó como sociedad anónima. Algunos de sus socios manejaron al mismo tiempo otro tipo de empresas (68), donde el director general apareció como accionista mayoritario (69).

Para efectos de analizar el poder de decisión dentro de ese periódico, Fátima Fernández ha divido la historia de éste en tres etapas:

La primera va desde que Rodrigo de Llano inicia su gestión como director, hasta que muere en 1963. Esta es una etapa en la que el poder de decisión está centralizado en el citado director general y en el gerente Gilberto Figueroa. Muertos los dos, en un lapso de tres meses (Figueroa en noviembre de 1962, De Llano en enero de 1963) se inicia una

segunda etapa que se caracteriza por un acomodamiento de las fuerzas existentes dentro del periódico. En los puestos directivos y en el consejo de administración se encontraban individuos que representaban tendencias divergentes. Es entonces director general el señor Manuel Becerra Acosta; gerente, el señor José de Jesús García de Honor, y presidente del consejo de administración, Enrique Borrego, quien representaba una corriente de opinión adversa a la dirección'

Durante esa gestión se agudizaron las diferencias y para enero de 1965, Borrego renunció a su puesto y salió de la cooperativa, al igual que Federico de León, Fernando Alcalá Bares, Bernardo Ponce, Raúl B. Lomelí y varios simpatizantes.

Se inició entonces en el periódico un pleito administrativo y legal contra las autoridades encabezadas por Manuel Becerra Acosta padre, quien permanecerá como director general hasta 1968. Cuando faltaban dos años para que concluyera el gobierno de Díaz Ordaz murió Becerra Acosta. La cooperativa designó como nuevo director a Julio Scherer García, cuya gestión empezó el 1 de septiembre del mismo año, es decir, en plena crisis política del país en torno de la Universidad Nacional (70).

A partir de esa fecha, en el periódico se implantó una política editorial diferente a la de etapas anteriores. Se intentó hacer denuncias sobre problemas económicos, políticos y sociales, resultando afectados con ello tanto facciones del sector público como del sector privado. Esto le ocasionó la enemistad de diversos grupos, manifestada ya fuese a través de ataques desde otros medios de difusión o por medio de un boicot publicitario, como fue el caso de la segunda mitad de 1972.

Excélsior había seguido una línea conservadora, en muchos aspectos reaccionaria, pero desde su llegada a la dirección, Scherer luchó contra la corrupción que existía en el periódico. Uno de los ejemplos era que los clientes podían comprar el segundo titular de la primera página. Apoyó la crítica de los más prominentes intelectuales en sus páginas:

Daniel Cosío Villegas, Gastón García Cantú, Ricardo Garibay, Vicente Leñero y otros. Denunció la política dictatorial de algunos países de América Latina y condenó el pinochetazo de Chile y los últimos excesos del franquismo.

En el momento en que Scherer asumió la dirección de *Excélsior*, la prensa se caracterizaba por su convivencia abierta con un gobierno duro, que no admitía la crítica política. Así lo resume Petra Ma. Secanella, citando a Carlos Monsiváis:

> "...a la prensa, previa aceptación de las reglas del juego, que incluyen la negociación cotidiana, se le conceden zonas de tolerancia para ser usadas a modo de válvula de escape de irritaciones, descontentos y rencores sociales" (71).

Los empresarios también se opusieron al concepto de prensa libre que mantuvo Scherer en *Excélsior*. "En 1972, por ejemplo, una confabulación empresarial resolvió ahogar económicamente al diario...Sobre la endeble tesis de que no querían fabricar la cuerda con la que se les ahorcará". La conjura no alcanzó sus objetivos. Los empresarios no pudieron acabar con el *Excélsior* de Scherer. Sí lo pudo hacer el presidente Echeverría, que puso todos los medios para que Scherer, Hero Rodríguez y cinco altos ejecutivos fueran echados del periódico en una asamblea ilegal el día 8 de julio de 1976. Más de 200 escritores, periodistas y fotógrafos salieron del periódico que, entonces, era el más prestigiado de América Latina, como lo definió el *Times* de Londres.

Así, el 8 de julio el *Excélsior* sufrió el golpe más duro en la historia del periodismo mexicano (72).

Los periodistas reaccionaron de muy diferente manera a ese acto represivo. Salvo la revista *Siempre*, los demás medios o guardaron silencio o se congratularon con la decisión de Echeverría, que vio así desaparecer a su crítico más incontrolable e incorrupto.

Por ello 1976 es el momento histórico que divide con claridad las dos etapas de la prensa política en México. En el medio periodístico, la salida del *Excélsior* del grupo de Scherer causó más traumas de lo que en principio significó para el poder.

Si bien Scherer y todos los periodistas expulsados de *Excélsior* no pudieron recuperar la dirección de la cooperativa, sí impulsaron dos de los mejores medios de comunicación impresos de la década de los 80: *Proceso* y *Unomásuno;* una nueva división en este último, dio origen a *La Jornada.*

Desde 1976 el director de *Excélsior* ha sido Regino Díaz Redondo, quien nació en España en 1929 y llegó a México en 1942; más tarde adquirió la nacionalización mexicana. Ingresó al diario en 1959, como reportero suplente de *Ultimas Noticias;* a partir de 1968 fue director de la segunda edición de ese matutino y desde 1970 de *Lunes de Excélsior;* presidente del Consejo de Administración de la cooperativa en dos periodos (1971-72 y 1975-76) y presidente del Consejo de Vigilancia (1973-74).

Además de este diario, la cooperativa diariamente publica dos ediciones de *Ultimas Noticias.* También edita las revistas *Jueves de Excélsior, Revista de Revistas* y *Plural.* Mantiene corresponsales permanentes en Washington,D.C., Los Angeles, Centroamérica, Colombia, Uruguay, Argentina, Brasil, Israel, URSS, Francia y España.

La cooperativa *Excélsior* ha tenido, además, programas en televisión y editado algunos libros. Por otra parte, es propietaria del fraccionamiento Paseos de Taxqueña.

La década de los 80 no marcó cambios importantes en esta cooperativa, ya que siguió la línea oficialista adoptada después del golpe del 8 de julio de 1976. Podríamos decir que continuó siendo un diario importante por el prestigio adquirido en la mejor etapa de su historia, entre 1968 y 1976.

Según el directorio de Medios Publicitarios Mexicanos, el tiraje de *Excélsior* en febrero de 1990 era de 200 mil ejemplares diarios. En agosto de 1990 figuraban como principales directivos de *Excélsior*, Cía. Editorial, S.C.L., Regino Díaz Redondo, director general; José Andrés Barrenechea Alvarez, subdirector general; Francisco Rodríguez Díaz, jefe de Redacción y Juventino Olivera López, gerente general.

* * * * * *

Las condiciones en que se desenvolvieron los diarios de la muestra analizada revelan que el realismo económico aplicado por el gobierno en la década de los 80 trajo consigo cambios profundos para la prensa en el ámbito económico, es decir, en su carácter de empresa.

Quizá los hechos más relevantes ocurridos en ese lapso sean la racionalización y reducción del gasto gubernamental en propaganda y publicidad, motivados por la crisis económica.

En el primer año de la década de los 90 esos cambios están agudizándose, con la liberalización del mercado de papel, la posible desaparición de PIPSA y la creación del Instituto Verificador de Medios, cuyo objetivo es centralizar la información sobre tirajes y circulación pagada de los medios, fenómeno que inevitablemente traerá consigo la depuración de la industria periodística, mayor concentración de la propiedad y la desaparición de los diarios que sobrevivían gracias al subsidio gubernamental.

Los problemas de financiamiento y el disparo en los costos de producción son los principales problemas que han afectado a la industria periodística durante la década de los 80 y son precisamente los que determinarán su futuro inmediato, apuntando a una depuración por efectos de la fuerte competencia, ya que, víctimas del realismo económico,

únicamente podrán mantenerse a flote los diarios realmente competitivos.

Renglón aparte, que no podemos dejar de mencionar, merece el proceso de introducción de la telemática y todas las nuevas tecnologías de la comunicación en la transmisión de servicios periodísticos y de señales para el periódico. En la prensa mexicana de la década de los 80 hubo un notable aceleramiento del progreso tecnológico que ha causado cambios radicales en las empresas, por el uso generalizado de computadoras en la hechura de los diarios. Este fenómeno vino a alterar tanto la organización del trabajo interno como el proceso de producción de la prensa lo que, entre otras cosas, ha provocado un mayor encarecimiento de los costos.

Todo lo expuesto nos permite afirmar que la década de los 80 modificó el esquema global -tanto económico como político- para la prensa mexicana. Simultáneamente, esta década constituyó una etapa distinta para el esquema de la comunicación social en su conjunto, porque entró en escena un nuevo actor: la sociedad civil, que reaccionó a raíz de la brutal crisis económica que afectó al país y que llevó a diversos sectores de la población a expresar su rechazo a la política del gobierno a través de distintas vías, entre ellas la electoral. Por ello la sociedad civil está demandando cambios en la prensa.

Pero un primer análisis de la situación de los diarios más relevantes editados en la ciudad de México en la década de los 80 nos deja ver que, en cuanto su a contenido, no existen diferencias sustanciales, entre aquéllos que se editaban en decenios anteriores, porque salvo los nuevos diarios fundados en la década, los propietarios son los mismos de siempre.

Con sólo unos cuantos nombres se llena el rol de los dueños del periodismo en México: los Azcárraga, los Ortiz Garza, los Alarcón, los O'Farrill, los Vázquez Raña y los Alemán controlan los diarios más importantes que se editan en la capital del país y éstos son sólo parte de otras empresas

ubicadas en varias ramas industriales y de servicios del país, en especial en la industria cultural, merced al proceso paralelo en el que se han desarrollado los consorcios de esos magnates: concentración y diversificación, por lo general vinculados a empresas trasnacionales.

En los hechos, la libertad de prensa está condicionada por los intereses de esos empresarios, ya que sólo ellos pueden expresarse. El hecho de que la propiedad de los medios de difusión de masas -en este caso la prensa- se encuentre en manos del capital nacional, a menudo vinculado al trasnacional, explica que éstos se utilicen en función de las necesidades privadas de conservación y reproducción de las relaciones sociales que convienen a los dueños del capital.

Un problema relevante en el periodismo mexicano durante la década de los 80 está originado en que, en cuanto industria, la prensa se halla al borde de la crisis económica que afecta al conjunto de la economía mexicana.

La posible desaparición de PIPSA, el disparo en los precios internacionales del papel, el acelerado desarrollo de la tecnología que ha cambiado radicalmente el proceso de producción de los diarios con el uso de equipo cada vez más sofisticado como computadores y satélites, la descapitalización y los cambios políticos generados por el reacomodo de fuerzas en la fracción hegemónica de la burguesía, que ha aplicado una política de realismo económico sin subsidios aún en su trato con la prensa, han ocasionado una severa crisis de la que sólo los diarios relevantes y con verdadera viabilidad económica saldrán bien librados.

CITAS

(1) Datos tomados de: AGUILAR M. Alonso, et. al. *La nacionalización de la banca: la crisis y los monopolios*, 3a. ed., México, edit. Nuestro Tiempo, 1985, p. 21 ss.

(2) *Ibidem*, p. 25

(3) v. *El Financiero*, y *El Universal*, 29 enero 1990.

(4) *Ibidem*.

(5) GUTIERREZ R., Roberto: *La década perdida de los 80: una evaluación preliminar*, en: revista *El cotidiano*, UAM-Azcapotzalco (citado en *El Financiero*, 4 de diciembre de 1989, p. 71).

(6) *Ibidem*

(7) *Ibidem*

(8) AGUILAR, M. Alonso et. al. *ob. cit.*, p. 240

(9) v. El artículo de Carlos Ramírez publicado en *El Financiero*, 16-octubre-1989, p. 60

(10) *Ibidem*

(11) TREJO DELARBRE, Raúl señala que en épocas de bonanza económica, por ejemplo, en las oficinas de prensa se obsequiaban con costosas páginas de publicidad a los medios que les resultaban amables a los gobernantes en turno. *(Prensa y Sociedad en México*, trabajo inédito facilitado a esta investigadora por el propio autor, p.20.)

(12) GRANADOS CHAPA, Miguel Angel: *Comunicación y política*, 1a. edición, México, Editorial Océano, 1986, p. 36 s.

(13) v. FUENTES FIERRO, Aquiles: *Papel y medios impresos: desarrollo económico y derecho a la información*, México, Cuadernos del Taller de Investigación en Comunicación Social (TICOM), UAM, No. 29, diciembre de 1983, p. 21 ss.

(14) GRANADOS CHAPA, Miguel Angel: *La prensa en México* (trabajo inédito escrito en coautoría con Raúl Trejo Delarbre y Florence Toussaint; el manuscrito facilitado a esta investigadora por Raúl Trejo), p. 9.

(15) GRANADOS CHAPA, Miguel Angel, *Comunicación y política*... p. 35.

(16) Entre los diarios desaparecidos pueden mencionarse: *Diario de la Tarde, El Fígaro, El Centenario, Avance* y *Rotativo,* todos editados en la ciudad de México. La mayoría de ellos sucumbió por la falta de inyecciones de capital vía publicidad y subsidios.

(17) TREJO DELARBRE, Raúl: *La prensa en México,* p. 20

(18) El presidente Salinas de Gortari, en la comida del Día de la Libertad de Expresión en junio de 1990, se refirió al problema y ordenó la creación de una comisión para decidir la implantación del salario mínimo profesional para los trabajadores de la prensa. Sin embargo, es probable que los dueños y editores de los diarios obstaculicen esa posibilidad y hasta el momento de concluir este trabajo (marzo de 1991) no había indicios al respecto.

(19) GRANADOS CHAPA, Miguel Angel: *Comunicación y política*...p.73.

(20) v. gr. *El Norte* y *El Porvenir*, ambos editados en Monterrey.

(21) Un gran número de diarios no posee talleres propios. Es común, en la provincia, que un diario tenga dos reporteros y que ellos mismos funjan como mesa de redacción y que se hagan cargo de la producción.

(22) Fátima Fernández considera que un requisito indispensable para que un diario sea considerado en esta categoría, es un tiraje mínimo de 40 mil ejemplares diarios. (cfr. FERNANDEZ CHRISTLIEB FATIMA, *Los medios de difusión masiva en México*, 7a. ed., México, Juan Pablos Editor, 1989, p. 41

(23) Caracterización tomada de: BOHMANN, Karin: *medios de comunicación y sistemas informativos en México*, trad. Alejandro Zenker, 1a. Ed., consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Alianza Editorial, Colección Los 90, 1989, p. 359.

(24) CARRASCAL, Ana, PEÑA, Jesús, et. al. *Países y Medios de comunicación. Estructura mundial de transmisión de noticias* (Enciclopedia de Periodismo), 1a. ed., Editorial Mitre, Barcelona, 1986, p. 192 y TREJO DELARBRE, Raúl, *La prensa en México*, p. 20. Esos datos fueron confrontados con el inventario de los datos publicados en la edición de 149 del directorio de medios impresos en Medios Publicitarios Mexicanos, México, febrero de 1990.

(25) En el capítulo III se marcan las diferencias entre las cooperativas y las sociedades anónimas (v. p. 71-75 de

este trabajo). En las sociedades anónimas el elemento determinante resulta ser el dueño del capital social de la empresa, ya que está representado por acciones y el número de ellas dará el número de votos a que se tiene derecho para tomar decisiones en la asamblea de accionistas. Por ello es necesario investigar quién suscribe las acciones que representan al capital social. Con esto sabremos quiénes toman las decisiones en el periódico y consecuentemente quiénes deciden -en teoría- la tendencia ideológica del diario. En teoría, porque no todas las acciones son nominativas; la mayoría están extendidas al portador, lo que permite ocultar al verdadero dueño (cabe aclarar que, en ocasiones, tampoco las nominativas señalan al dueño de las acciones, debido a la existencia de los prestanombres). Sin embargo, en este caso no deja de ser relevante el suscriptor de las acciones al portador, porque proporciona un índice para ubicar económica o políticamente al periódico (v. FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima: *Los medios de comunicación masiva en México*, 7a.ed., México, Juan Pablos Editor, 1989, p. 41 s.)

(26) v. la entrevista a Miguel Angel Granados Chapa reproducida en el anexo de este trabajo.

(27) Información tomada de: FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima: *Los medios de comunicación masiva en México*, 7a.ed., México, Juan Pablos Editor, 1989. pp. 42-47.

(28) v. FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima, *Los medios...* p. .59 s. y BOHMANN, Karin: *Medios de comunicación y sistemas...*,p. 151 s.

(29) Nazario Ortiz Garza fue presidente de la Canacintra y presidente de la Compañía Vitivinícola de Aguascalientes; por su lado, Juan Francisco Ealy Ortiz

ha sido vicepresidente del Consejo Nacional de la Publicidad. Nazario Ortiz Garza figuró entre los fundadores del Partido Nacional Revolucionario (PNR) y también fue gobernador constitucional de Coahuila en el periodo 1929-33 y secretario de Agricultura y Ganadería en el periodo 1946-52, durante el régimen de Miguel Alemán. Más tarde dirigió la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación, entre 1969 y 1972. Fundó la Compañía Vinícola de Saltillo en 1933 y la de Aguascalientes en 1947. (datos biográficos tomados de: MUSACCHIO, Humberto: *Diccionario enciclopédico de México,* 1a. ed., México, Andrés León Editor, 1989, p. 1419.

(30) BOHMANN, Karin: *ob. cit.,* p. 145

(31) v. *El Universal,* 8 de junio de 1990, primera plana.

(32) FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima, *ob. cit.* p. 51-52

(33) FUENTES FIERRO AQUILES: *Papel y medios impresos: desarrollo económico y derecho a la información*, México, Cuadernos del Taller de Investigación en Comunicación Social (TICOM), UAM, No. 29, diciembre de 1983, p. 147-148.

(34) FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima: *Los medios...* p. 70-71

(35) *Ibídem*

(36) AGUILAR M.Alonso, et. al. *La crisis y la nacionalización...* p. 47.

(37) FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima: *Los medios...* p. 70-71

(38) v. *Proceso,* No. 699, 26 de marzo de 1990, pp. 26-29.

(39) FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima: *Los medios de difusión...*, p. 32

(40) *Ibídem*, p. 32

(41) *El Financiero*, 10-julio-1990.

(42) GRANADOS CHAPA, Miguel Angel: *Comunicación y política...*,p. 75

(43) *El Financiero*, 10-julio-1990

(44) Datos biográficos tomados de MUSACCHIO, Humberto: *Diccionario Enciclopédico de México*, 1a.ed., México, Andrés León Editor, México, 1989, T. IV, p. 2,135

(45) FUENTES FIERRO, Aquiles: *Papel y medios impresos...*, p. 150.

(46) Ese cálculo se hizo tomando como base la existencia de 332 diarios en todo el país, según la edición de febrero de 1990 del Directorio de Medios Publicitarios Mexicanos, de los cuales 77 pertenecen a Vázquez Raña.

(47) FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima: *Prensa y radio en México*, en: Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (UNAM), México, No.1., 1978, pp. 21-22

(48) v. el reportaje de Carlos Puig, corresponsal en Washington de *Proceso* (en el No.693, 12 de febrero de 1990, pp. 20-23).

(49) *Ibídem*

(50) *Ibidem*

(51) v. HAMELINK, Cees: *Finanzas e información*, Trad.Federico Sánchez Ventura, 1a. ed. en español, México, ILET/Ed. Nueva Imagen,1984, p.100-105.

(52) Nexos políticos de la Familia Moreno Valle: Granados Chapa señala, en torno a la participación del empresario Francisco Javier Moreno Valle en el nuevo diario *El Independiente*: "se conjeturaba si Moreno Valle actuaba con sus propios recursos o figuraba sólo como pantalla. Una hipótesis no desdeñable hacía aparecer como financiero real al profesor Carlos Hank González. Sustentaban la versión en la amistad cercana entre el prominente político mexiquense y la familia Moreno Valle (...; la también conocida cercanía de Hank y Benítez; la inmensa fortuna del ex regente de la capital; y su relativamente precaria posición política durante el primer año de este gobierno, pues como secretario de Turismo no disponía ni del personal, ni del presupuesto ni de los escenarios adecuados a su capacidad y perspectivas. En apoyo de esta tesis, podía suponerse que la designación de Hank como secretario de Agricultura, que significaba un importante crecimiento político, disminuyó su necesidad de proyección, por lo que entonces quedó cancelada la operación. Otra suposición vinculaba la suerte del periódico en ciernes con la de otro de magnitud semejante o aun mayor de Moreno Valle, afanoso por entrar en la telefonía celular. Los afiliados a esta versión se figuraron que el propietario de *El Independiente* buscaba mejorar su posición en la puja por una concesión en ese prometedor campo apareciendo como futuro editor de un diario, y que al no recibir la concesión apetecida, no obstante que su candidatura era tan buena o mejor que las favorecidas con la autorización gubernamental, careció de sentido

continuar con el proyecto periodístico. En abono de esta tesis existe la constancia de tres hechos: que en efecto Moreno Valle pretendió una concesión de telefonía celular, que le fue negada y que poco después dejó de lado al equipo que había convocado. En sentido contrario puede pensarse que la inversión era excesiva en relación con el presunto propósito, por más que se trate de un negocio jugosísimo". (v. el artículo *El Independiente*, pendiente, en: Revista *Mira*, No. 17, 6-junio-1990, pp.14-17).

(53) v. Revista *Mira*, No. 17, 6 de junio de 1990, pp.14-17

(54) Las principales agencias trasnacionales proveedoras de información de *El Financiero* son la Associated Press (AP), la cual asociada con Dow Jones Newsagency, formó, a fines de la década de los 70, la corporación Telerate System, para competir con la británica Reuters en el mercado de información financiera. La United Press International (UPI) creó en 1977, junto con el grupo periodístico Knight Ridders, el Commodity News Service y además vende su información financiera a empresas, bancos, oficinas de gobierno, etc. en diferentes países. Pero la agencia de noticias que más ha desarrollado los servicios de información financiera es *Reuters*. Esta agencia británica ha dejado de ser una distribuidora más de noticias en general para convertirse en "la palestra electrónica" del mercado monetario internacional, al grado de que casi un 80 por ciento de sus ingresos totales provienen de la venta de noticias a periódicos y estaciones de radio y televisión. Los servicios económicos de *Reuters* consisten en cotizaciones, noticias e información de fondo sobre tres áreas principales de los negocios: dinero, inversiones y mercancía. Esta información se difunde de muy diversas formas, desde aparatos para la recuperación

computarizada de cotizaciones, hasta pantallas con teleimpresoras y boletines impresos. Estos servicios los brinda la agencia a nivel internacional. Dentro de estos servicios la agencia brinda paquetes especiales como el *Reuter's Monitor*, *Reuter's Financial Report* y *Reuter's Sotckmaster*, a través de los cuales se difunden noticias sobre las compañías y cotizaciones e información relacionada con las bolsas de valores más importantes del mundo, como Wall Street, Tokio y Londres. (v. HAMELINK, Cees: *Finanzas e información*, trad. Federico Sánchez Ventura, 1a. ed. en español, México, Ed. Nueva Imagen, 1984, p.103-104

(55) Documento interno entregado a esta investigadora en *El Financiero*.

(56) El 15 de agosto de 1987 surgió otro conflicto que puso en crisis a *Unomásuno* y volvieron a aflorar turbios manejos: Los trabajadores de talleres efectuaron un paro en demanda del cumplimiento de cláusulas contractuales, como la entrega de despensas en especie, botas para uso industrial, uniformes, pago de horas extra. Los propios trabajadores denunciaron la contratación excesiva de personal de confianza (110 frente a 303 sindicalizado) y dieron a conocer que la empresa no pagaba cuotas al Infonavit desde su fundación, 10 años atrás, y que evadía impuestos sobre el producto del trabajo. Intervino un exfundador y exsecretario general del sindicato del periódico, Luis Gutiérrez, quien para entonces ya era gerente. Gutiérrez resolvió el problema de inmediato: les dijo que estaban despedidos y corrió también al secretario general, Mario García Sordo. El sindicato, simplemente, desapareció desde entonces. En su edición del 16 de agosto, *Unomásuno* publicó una nota en la que afirmó que "un *piquete* de enemigos del diario pretendió dar un golpe de mano"y afirmó que "había una

campaña de desprestigio montada desde el exterior". Por esos años Manuel Becerra Acosta había comprado el 40 por ciento restante de las acciones del diario (con antelación se había apropiado de la mayor parte del otro 60 por ciento). Finalmente, el 3 de marzo de 1989, los reporteros de *Unomásuno* fueron informados por Luis Gutiérrez, en papel de "director interino", que el diario había sido comprado por el grupo Ingenieros Civiles Asociados (ICA). Ese consorcio desmintió la información, ya que el comprador fue Angel Borja, hermano del presidente de ICA, Gilberto; el adquirente "vendió" a los pocos días su adquisición. Para los reporteros (de *Unomásuno*) el calce de un editorial publicado el cuatro de marzo ponía los puntos sobre las íes en cuanto a la propiedad real del diario: "Los primeros 100 días de Carlos Salinas de Gortari han puesto en claro que el país tiene un gobierno y un rumbo". De ese modo culminó un periodo de rumores sobre Becerra Acosta -el más sonado era que éste perdió la dirección porque había ofendido al presidente Salinas de Gortari "con exabruptos e impertinencias"-. En los primeros 30 días de Luis Gutiérrez como director se produjeron protestas en su contra, tanto por el abierto oficialismo de la política editorial del diario, como por las medidas prepotentes que adoptó para con los trabajadores; en los siguientes dos meses renunciaron los directores de los suplementos, ocho reporteros y el jefe de información. El 8 de marzo Luis Gutiérrez anunció que iría a hablar con el presidente Salinas para proponerle 25 nombres de compradores de las acciones de Borja. A la postre, con el 76 por ciento de un millón de dólares para Luis Gutiérrez, salidos de Banobras, nueve fueron los que resultaron ser sujetos de crédito. El jueves 28 de marzo, en una conferencia realizada en la Universidad de Wisconsin, Gutiérrez reconoció que el "cliente principal de los medios, en México, es el

gobierno", lo cual "da origen, vicia y afecta la relación de la prensa con el poder". (v. el reportaje de Carlos Marín sobre los cambios en *Unomásuno*, *Proceso* No.674, 2-noviembre-1989,p. 6-8)

(57) Documentc interno proporcionado a esta investigadora, sobre la historia de la fundación de *La Jornada*.

(58) *Ibídem*

(59) v.*La Jornada*, 27 de junio de 1990, p.2

(60) Enrique Ramírez y Ramírez ingresó al PRI en 1960, partido en el que llegó a ser asesor del Comité Ejecutivo Nacional y a ocupar otros cargos. Fue dos veces diputado federal (1964-67 y 1976-79).

(61) FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima: *Los medios de difusión masiva...*, p. 65-55

(62) *Ibídem*

(63) TREJO DELARBRE, Raúl: *Estado y Sociedad*, en *La Prensa en México*, trabajo inédito facilitado a esta investigadora por el propio autor, p. 67.

(64) v. SECANELLA, Petra María: *El Periodismo político en México*, 1a.ed., México, Editorial Prisma, s/f, p. 48.

(65) FUENTES FIERRO, Aquiles:*ob. cit.*, p. 142

(66) FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima: *ob. cit.*, p. 78

(67) Datos biográficos tomados de MUSACCHIO, Humberto:, *ob. cit.*, T.I., p. 500-501

(68) Fernández Christlieb cita el caso del bar-restaurante 1-2-3 y cita como fuente el Libro Tercero, vol. 149, fojas 3889, núm. 155 del Registro Público de la Propiedad, sección comercio, México. (v.FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima: *Los medios de difusión...*, p.29.

(69) FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima: *Los medios....*, p. 29

(70) SECANELLA, Petra María: *ob. cit.*, p. 31

(71) *Ibídem* p. 67

(72) La novela *Los periodistas*, de Vicente Leñero, es un testimonio de lo ocurrido el 8 de julio de 1976.

V. Conclusiones generales

Conclusiones generales

En la década de los 80 se agudizó el enfrentamiento de dos fuerzas principales al interior del bloque dominante de la burguesía en la formación social mexicana, en la lucha por la hegemonía para controlar el aparato de gobierno: por un lado la burocracia política y por el otro las tres fracciones oligárquicas más reaccionarias, ligadas y subordinadas al capital extranjero, que resentían la intervención creciente del Estado, merced a su autonomía relativa.

Esas fracciones son la del norte, la del Valle de México y la financiera, y están representadas por un grupo de nuevos políticos tecnócratas conocidos como *Chicago boys*, que finalmente lograron el control del aparato de gobierno en las dos elecciones realizadas en la década de los 80 e impusieron un proyecto histórico diferente al de la burocracia política, para abrir un nuevo ciclo de acumulación capitalista, insertando a la economía mexicana en el proceso de recomposición mundial del capital.

Los cambios en la esfera económica impulsados por ese grupo de tecnócratas se reflejan necesariamente en el ámbito político nacional y han conformado un escenario de crisis para el partido en el poder, el PRI. Este proceso se ha acompañado de un despertar de la sociedad civil, expresada en un impulso creciente en los movimientos sindicalistas, campesinos, urbanos y populares.

Los efectos de esa crisis económica y política del país se reflejaron en la prensa, debido a que se acentuó la tendencia a dejarla al libre juego de mecanismos económicos, en última instancia, debido a que en el binomio función económica-función político/cultural, el primer factor se ha impuesto.

Los medios de difusión masiva en México -entre los que se incluye obviamente a la prensa- poseen una estructura eminente comercial, cuyo origen se encuentra en el proyecto histórico del bloque dominante de la burguesía, en el cual se

impulsó la existencia de la propiedad privada para promover el desarrollo capitalista.

Los medios de comunicación se integraron al conjunto de la economía, desarrollándose de manera similar al resto de la industria, en forma de consorcios con una marcada dependencia e influencia del exterior y ligados orgánicamente al capital financiero y a los principales grupos empresariales del país.

Ello explica la forma en que ha florecido la prensa en México, como industria que ha conferido un carácter mercantil a la información. Las noticias son consideradas como *materia prima* indispensable para vender publicidad y propaganda; cada vez en forma más palpable, la noticia va dejando de ser el objetivo del quehacer periodístico, para convertirse en una simple mercancía. Merced al carácter mercantil de la prensa, es decir, por su carácter primordial de elemento reductor del ciclo de circulación del capital, a través de la venta de publicidad y propaganda, la circulación de los diarios está determinada en primer término por la capacidad de cada uno de ellos para vender su espacio destinado a insertos publicitarios. Por ello, el principal medio de financiamiento para la prensa contemporánea proviene de este rubro.

La estructura de propiedad de las empresas periodísticas es, en última instancia, la más poderosa entre las muchas palancas que trabajan en la prensa en tanto parte de la industria cultural.

Los propietarios de la prensa pertenecen al bloque dominante consolidado desde la década de los 40, o bien pertenecen a los grupos de apoyo e intermediarios entre la propia burguesía y la burocracia que ha controlado el aparato de gobierno. Mediante el gobierno legal que esos propietarios ejercen sobre la prensa, obtienen la facultad de orientar la función cultural que ésta desempeña hacia el fortalecimiento y la reproducción de sus intereses económicos, políticos y culturales, que por lo común coinciden con los intereses que movilizan al bloque dominante en su conjunto.

Hay una constante articulación simbiótica entre los dueños de la prensa y las principales fracciones de la clase dominante que controlan y dirigen las ramas fundamentales de la producción social; ello da lugar a entrelazamientos y alianzas constantes entre los miembros de esas fracciones.

Esta realidad origina que la concentración de la propiedad de los medios de difusión sea muy alta, proceso que ha estado aparejado a la diversificación de las inversiones de los grandes consorcios, que han conformado una amplia red de empresas en casi todos los sectores de la industria cultural.

Al analizar una muestra de siete diarios capitalinos representativos de la gran prensa se encontró que en la década de los 80 no hubo cambios significativos en la estructura de propiedad, ya que continúa en manos de los mismos grupos económicos identificados por Fernández Christlieb (1982) y Fuentes Fierro (1983).

Connotados hombres de empresa como Mario Vázquez Raña, Emilio Azcárraga, Miguel Alemán, Nazario Ortiz Garza y Gabriel Alarcón Chargoy son los dueños de los medios de difusión en México, con capital estrechamente vinculado a las empresas trasnacionales. La diversificación y concentración de sus empresas les permite darse el lujo de mantener periódicos que generan pocas utilidades o incluso pérdidas, que son absorbidas gracias a las ganancias en sus empresas de otros sectores; estos empresarios utilizan sus diarios para tener prestigio, poder político y publicitar los productos de sus empresas y las de los otros grupos con los que están entrelazados. Los diarios de estos empresarios son los que perciben los más importantes ingresos por concepto de publicidad, ya que es parte sustancial del proceso económico capitalista al cual contribuyen y representan.

Los casos más representativos de diarios propiedad de grandes empresarios son *El Heraldo de México* y *El Sol de México*. La Familia Alarcón, propietaria del primero, está vinculada a otros poderosos grupos económicos como el Grupo

Monterrey, la familia O'Farrill de Puebla y la fracción del Valle de México, principalmente los grupos Azcárraga y Alemán. Los dueños de *El Heraldo de México* tienen empresas en todos los medios de comunicación masiva.

Otro diario que entra en esta categoría es *El Sol de México*, dado que su propietario, Mario Vázquez Raña, es un magnate propietario de la cadena periodística más grande del país, La Organización Editorial Mexicana, y además es concesionario de varias estaciones de radio y televisión en diversos estados de la República.

Otro hecho que comprueba el poderío económico de estos dos grupos empresariales es el hecho de que, pese a la crisis que ha afectado al país desde el inicio de la década de los 80 y que dejó como saldo un mercado deprimido para la industria periodística, ambos tuvieron capacidad de expansión, como es la incursión del propietario de *El Heraldo de México* en las nuevas tecnologías de la información -telefonía celular-, y la compra de la agencia internacional de noticias UPI por parte de Mario Vázquez Raña, dueño de *El Sol de México*.

El Día tampoco enfrenta problemas económicos, puesto que recibe abiertamente subsidio del PRI, partido del que es vocero y propagandista. Una evidencia de su autonomía financiera es el hecho de que es el único diario capitalino importante que no anuncia sus tarifas publicitarias en el Directorio de Medios Impresos.

En consecuencia, del conjunto de diarios-muestra estudiados, estos tres son los que menos problemas tienen para sobrevivir, hablando en términos económicos.

En la práctica no resulta un problema fácil tratar de ubicar alguna línea divisoria que permita definir la afiliación de cada uno de los otros diarios analizados hacia un grupo económico o político, dadas las viejas prácticas de simulación en las relaciones del gobierno y la prensa mexicana. Sin embargo contamos con algunos elementos que ayudan a hacer un diagnóstico.

En primer lugar, diremos que la seguridad económica del grupo de diarios analizado que no tiene una afiliación única hacia un grupo económico o político, como es el caso de *Excélsior*, *El Universal*, *La Jornada* y *El Financiero*, oscila entre los ingresos que puedan crearse por esfuerzo propio (venta de espacio y de ejemplares) y de aquellos que consigan fuera con relativo compromiso político. Este tipo de diarios es el que más necesita de la venta de espacio para afianzar su existencia en el medio editorial y es el que sufre más presiones por parte de las fuerzas de poder, tanto económicas como políticas, debido a las prácticas de subsidio y corrupción empleadas con la prensa desde que ésta se consolidó como industria. Entre estos diarios, los más jóvenes son los que corren más riesgos.

En consecuencia, salvo los diarios auspiciados directamente por el gobierno, como *El Día*, o respaldados por un consorcio económicamente poderoso, como *El Heraldo* y *El Sol de México*, la mayor parte de los diarios editados en la ciudad de México necesitan asegurar un *modus vivendi* que los lleva a una constante redefinición de alianzas con grupos de poder, sea políticos o económicos.

Sin embargo, es necesario matizar este planteamiento, dado que según sea la trayectoria periodística, la relevancia económica del grupo que representa y la filiación ideológica de los directivos de cada diario, se observan algunas diferencias que conforma una gama que va desde el periódico que sólo publica la línea oficial del gobierno como *El Día*, hasta aquellos que permiten que se expresen ciertos puntos de vista de los principales líderes de la izquierda mexicana, como *El Universal* y *La Jornada*. Sin embargo, conviene aclarar que aún cuando se da cabida a expresiones de líderes de la oposición, ésta se limita a las páginas de opinión, ya que por lo general la primera plana es uniforme con respecto a la mayoría de los otros diarios capitalinos.

En la década de los 80, sin embargo, hubo un cambio importante en la presentación de algunos medios

periodísticos, pues el surgimiento de los diarios especializados en información financiera, como *El Financiero* y *El Economista*, rompió el esquema de uniformidad informativa en la primera plana de la prensa capitalina, gracias a que en ocasiones privilegian la información recabada por su planta de reporteros y analistas con respecto a la información boletinada que aparece en el resto de diarios.

Históricamente, la relación entre la prensa y el gobierno en México se había moldeado por la conveniencia mutua desde la década de los 40. Los gobernantes en turno favorecían a los diarios que los halagaban con subsidios en dinero y especie, con publicidad y con papel a través de PIPSA. Sin embargo las crisis económicas y las movilizaciones importantes ocurridas en la sociedad civil han provocado cambios en esa relación, tal como se observó en 1968 y 1976 en *Excélsior*.

Las condiciones económicas del país en la década de los 80 también han influido en esa relación. La crisis ha dejado como saldo para la industria periodística un mercado deprimido y un dato indicativo de ello es la desaparición de un número importante de diarios: de 406 diarios inventariados en 1982, la cifra se redujo a 332 en 1990, lo que representa una reducción de 18.23 por ciento.

El realismo económico aplicado por el gobierno en la década de los 80 trajo consigo cambios profundos para la prensa, principalmente en su carácter de empresa. Los problemas económicos más graves enfrentados por la industria periodística son el disparo en los costos de producción y materias primas, principalmente el papel, y la merma en los ingresos tanto formales (venta de ejemplares y de publicidad) como informales (dádivas, subsidios) de las empresas.

La drástica reducción del gasto gubernamental en propaganda y publicidad; la liberalización del mercado de papel; la posible desaparición de PIPSA y la creación del Instituto Verificador de Medios, cuyo objetivo es centralizar información sobre tirajes y circulación de cada diario,

constituyen un escenario que inevitablemente traerá consigo la depuración de la industria periodística, mayor concentración de la propiedad y la desaparición de los diarios que sobrevivían gracias al subsidio gubernamental.

La década de los 80 también trajo consigo un proceso de vertiginoso desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación y transmisión de servicios periodísticos. Estos avances han causado cambios radicales en las empresas periodísticas, por el uso generalizado de sistemas de computación, que han modificado la organización del trabajo interno y el proceso de producción de los diarios, con el consiguiente encarecimiento de los costos. Estos cambios han transformado incluso la presentación de los periódicos.

En base a lo expuesto podemos afirmar que para el corto y mediano plazo la seguridad económica de los diarios que no cuentan con el respaldo de grupos económicos o políticos radicará en su capacidad de allegarse ingresos por esfuerzo propio, debido a las condiciones de competencia nunca antes conocida por las empresas periodísticas. Sólo los diarios relevantes y con verdadera viabilidad económica saldrán bien librados de esta crisis.

Anexos

Cuadro A-1

Entrelazamientos Personales y Relaciones de Propiedad. Familias Azcárraga, O'Farril y Alemán

RAMA EMPRESARIAL	FAMILIA AZCARRAGA	FAMILIA O'FARRIL	FAMILIA ALEMAN	EMPRESAS QUE NO PUEDEN ADJUDICARSE A NINGUN GRUPO DE ACCIONISTAS EN PARTICULAR
Televisión	Canal 2	Canal 4	Miguel Alemán Velasco posela oficialmente 1 acción de Televisa	Participación en Cablevisión, Videocentro y Videovisa
Radio	XEW, XEW-FM XEQ XEQ-FM	XEX, XEX-FM		Sistema Radiópolis, Radioprogramas de México
Periódicos		Novedades (10 Periodicos		
Editoriales		Novedades Editores con la filial Novaro	Miguel Alemán, accionista de Novedades Editores	Provenemex Edivisión (ed. Diana)
Deportes	Club Dep. América			Estadio Azteca; derechos de transmisión futbol por TV
Actividades Culturales			Fundación Cultural Televisa	Museo Tamayo
Otras Empresas	American Airlines, accionista Chrysler de México	Representación de Volks W. representación de Chrysler de México		Cabarets y Discotecas en la Zona Rosa

Fuente: Adaptado de BOHMANN, Karin, Medios de Comunicación y Sistemas Informativos en México, pp. 372-377.

Cuadro A-2

AGENCIAS DE REPRESENTACION PERIODISTICA
(DISTRITO FEDERAL)

1.- Agencia Mexicana de Información, S.A. de C.V. (AMI)
2.- Asociación de Editores de los Estados (AEE)
3.- Lemus Representaciones Periodísticas (Lemus)
4.- Medios Masivos Mexicanos (MMM)
5.- Organización Editorial Mexicana ((OEM)
6.- Organización Estrellas de Oro
7.- Prensa Nacional Asociada (Prenasa)
8.- Rodrigo Lemus, S.A.
9.- Somer División Prensa
10.- Villagrán y Asociados, S.A.

Fuente: Directorio de Medios Impresos
(Febrero de 1990)

Cuadro A-3

NUMERO DE PERIODICOS POR ENTIDAD EN LA REPUBLICA MEXICANA

Entidad	No. de periódicos
Aguascalientes	3
Baja California	11
Baja California Sur	3
Campeche	6
Coahuila	19
Colima	10
Chihuahua	11
Distrito Federal	27
Durango	9
Guanajuato	17
Guerrero	10
Hidalgo	3
Jalisco	14
México	16
Michoacán	19
Morelos	8
Nayarit	4
Nuevo León	17
Oaxaca	6
Puebla	8
Querétaro	5
Quintana Roo	2
San Luis Potosí	6
Sinaloa	15
Sonora	10
Tabasco	6
Tamaulipas	24
Tlaxcala	1
Veracruz	20
Yucatán	4
Zacatecas	5
Total	332

Fuente: Directorio de Medios Impresos
(Datos de febrero de 1990)

Cuadro A-4

RELACION DE DIARIOS PROPIEDAD DE MARIO VAZQUEZ RAÑA (OEM)*

Entidad	Diario	Tiraje(**)
Aguascalientes	El Sol del Centro	22,000
Baja California	El Sol de Tijuana	50,000
	El Centinela	15,000
	La Voz de la Frontera	65,000
Coahuila	El Sol del Norte	12,000
	Noticias del Sol de La Laguna	17,000
Chih. (Cd. Juárez)	El Fronterizo	24,500
	El Mexicano	30,000
(Chihuahua)	El Heraldo de Chihuahua	68,000
	El Heraldo de la Tarde	20,000
(Parral)	El Sol del Parral	12,000
Distrito Federal	El Sol de México	90,000
	El Sol de Medio Día	82,250
	Esto	400,000
Durango	Diario de Durango	23,800
	El Sol de Durango	50,000
	El Sol de los Llanos	8,500
	El Sol de la Sierra	8,000
Guanajuato (Celaya)	EL Sol del Bajío	21,840
(Irapuato)	El Sol de Irapuato	34,000
	El Sol diario de Irapuato	34,000
(León)	El Sol de León	38,000
(Salamanca)	El Sol de Salamanca	15,800
	El Sol de la Tarde	10,700
(Salvatierra)	El Sol del Sur del Bajío	8,000
Guerrero	El Sol de Acapulco	17,000
Hidalgo (Pachuca)	EL Sol de Hidalgo	38,000
(Tulancingo)	EL Sol de Tulancingo	12,000
Jalisco (Guadalajara)	El Occidental	No reportado
	El Sol de Guadalajara	""
México (Naucalpan)	El Sol Satélite	12,000
(Toluca)	El Sol de Toluca	42,000
	Extra del Sol	17,000
Michoacán (Morelia)	El Sol de Morelia	20,000
(Zamora)	El Sol de Zamora	16,000

Morelos	(Cuautla)	El Sol de Cuautla	12,000
	(Cuernavaca)	El Sol de Cuernavaca	14,000
Nuevo León	(Monterrey)	Tribuna de Monterrey	23,000
Puebla		El Sol de Puebla	67,000
		La Voz de Puebla	17,000
	(Tehuacán)	El Sol de Tehuacán	8,000
Querétaro		Diario de Querétaro	35,000
		El Sol de Querétaro	8,000
	(Sn.Juan del Río)	El Sol de San Juan	9,000
Quintana Roo		El Sol de Q. Roo	25,000
San Luis Potosí		El Sol de San Luis	60,000
Sinaloa	(Culiacán)	El Sol de Culiacán	10,750
	(Torreón)	El Sol de Sinaloa	30,000
	(Mazatlán)	El Sol del Pacífico	36,000
Tamaulipas		El Sol de Tampico	77,000
		El Sol de la Tarde	37,000
Tlaxcala		El Sol de Tlaxcala	15,000
Veracruz	(Córdoba)	El Sol del Centro	14,000
		El Sol de la Cuenca	5,000
	(Jalapa)	El Sol Veracruzano	25,000
	(Orizaba)	El Sol de Orizaba	12,000

(*) En esta relación se consigna un total de 54 diarios. En una entrevista publicada por El Financiero (10-VII-90), Mario Vázquez Raña afirma ser dueño de 77 periódicos en todo el país.

(**) Debe recordarse que en el Directorio de Medios Impresos las cifras de tiraje están infladas aproximadamente 30 por ciento, por motivos comerciales.

Fuente: Directorio de Medios Impresos
(Febrero de 1990)

Fichas de identificación de los diarios-muestra

Título	*El Día*
Subtítulo	Vocero del pueblo mexicano
Fecha de fundación	26 de junio de 1962
Editorial	Publicaciones Mexicanas, SCL
Régimen jurídico	Cooperativa
Directora general	Socorro Díaz
Precio	Mil pesos
Aparición	Diaria

Título	*Excélsior*
Subtítulo	El periódico de la vida nacional
Fecha de fundación	18 de marzo de 1917
Editorial	Excélsior Cía. Editorial, SCL
Régimen jurídico	Cooperativa
Director general	Regino Díaz Redondo
Precio	Mil pesos (Mil 200 los domingos)
Aparición	Diaria

Título	*El Financiero*
Fecha de fundación	15 de octubre 1981
Editorial	El Financiero, S.A.
Régimen jurídico	Sociedad anónima
Director general	Rogelio Cárdenas
Precio	Mil pesos
Aparición	Lunes a viernes

Título	*El Heraldo de México*
Fecha de fundación	9 de noviembre de 1965
Editorial	El Heraldo de México, S.A.
Régimen jurídico	Sociedad anónima
Presidente y director gral.	Gabriel Alarcón V.
Precio	Mil pesos (Mil 200 los domingos)
Aparición	Diaria

Título	*La Jornada*
Fecha de fundación	19 de septiembre de 1984
Editorial	Demos, S.A.
Régimen jurídico	Sociedad anónima
Director general	Carlos Payán Velver
Precio	Mil pesos (Mil 200 los domingos)
Aparición	Diaria

Título	*El Sol de México*
Fecha de fundación	25 de octubre de 1965
Editorial	Organización Editorial Mexicana
Régimen jurídico	Sociedad anónima
Presidente y director gral.	Mario Vázquez Raña
Precio	Mil pesos (Mil 200 los domingos)
Aparición	Diaria

Título	*El Universal*
Subtítulo	El gran diario de México
Fecha de fundación	1 de octubre de 1916
Editorial	Cía.Periodística Nacional, S.A.
Régimen jurídico	Sociedad anónima
Director general	Juan Francisco Ealy Ortiz
Precio	Mil pesos (Mil 200 los domingos)
Aparición	Diaria.

(Datos hasta septiembre de 1990)

Junio 20, 1990
Entrevista a Miguel Angel Granados Chapa

-La investigación en comunicación es joven en México. Hay muy pocos trabajos sobre la prensa y realmente los trabajos que han marcado la pauta para la investigación han sido elaborados por unos cuantos profesionales hacia finales de los 70. Durante la década de los 80 se observa un gran vacío respecto a los trabajos sobre la prensa ¿A qué atribuye usted ese vacío?

-No sabría encontrar una sola causa, hay varias: primero, yo creo que ha habido una gran depresión de la investigación en general, sobre todo en la investigación en ciencias sociales, a consecuencia de las crisis económicas en las universidades, de las agrupaciones académicas de alguna manera vinculadas con las propias universidades; hay una dejadez como resultado de esta crisis financiera. También puede deberse a que continúa siendo más atractivo para los investigadores estudiar la televisión (no lo sé, habría que documentarlo, pero yo creo que la televisión es el medio que más atrae la atención de los investigadores), o bien otros aspectos más generales de la comunicación, y no tanto los trabajos específicos sobre prensa. Luego, yo creo que este problema es resultado también de la resaca producida por la frustración de el derecho a la información; en los últimos años de los 70, y todavía al principio de los 80, el debate en torno al derecho a la información propició un gran interés hacia estos temas; cuando ese proceso se frustró, se produjo una resaca, una cauda de efectos contrarios a ese interés. Estas podrían ser una de las causas principales por las que ha decaído este tipo de investigación.

-Tomando como base la caracterización de la prensa realizada en los trabajos mencionados, ¿podría decirse que hubo cambios significativos en los medios periodísticos durante la década de los 80?

-Sí, desaparecieron algunos medios y se inició un proceso de descentralización, que yo creo que ese sería el rasgo más importante de lo ocurrido en la década, particularmente en dos de ellos, *El Nacional* y *El Financiero*, ambos editados en la ciudad de México, que están publicando versiones locales. También ocurrió otra cosa importante en esta década: la modernización tecnológica de la mayor parte de los diarios, los cuales han entrado de lleno a la computación, a la edición computarizada, y no sólo en la ciudad de México, esta técnica se ha propagado en buena parte de los diarios del país, y esto ha ocasionado modificaciones en la estructura de personal, en la presentación de los diarios, es decir en los modos de presentarse ante los lectores, Yo diría que estos dos son los fenómenos principales. Habría otro efecto, que yo creo que se frustró, que fue iniciado por el presidente De la Madrid, que quiso establecer un nuevo género de relación de la prensa con el gobierno, eliminado apoyos y subsidios; yo creo que eso no prosperó, y aunque ahora en el nuevo gobierno se han hecho planteamientos destinados a modificar esta relación, no hay realidades sustantivas todavía.

-Y en cuanto a la estructura de propiedad de la prensa, ¿hubo cambios?

-No creo que haya cambiado sustancialmente; han surgido nuevos diarios, como *El Financiero*, que es de 1981, *La Jornada*, de 1984, pero salvo el caso de *Unomásuno*, no se han producido cambios en la estructura de propiedad. Los dueños de la prensa siguen siendo los mismos de hace una década.

-Fátima Fernández señala que la prensa se maneja más con criterios económicos que políticos; ella hace una diferenciación entre los del siglo pasado -que sí tendían más a defender proyectos políticos- con los de ahora, que se manejan estrictamente con criterios mercantiles. ¿Quiere decir eso que los grupos políticos han dejado de lado la prensa?

-No, lo que yo puedo decir es que los grupos formalmente políticos no manejan diarios, salvo el gobierno, que tiene su periódico explícitamente, pero yo creo que esa afirmación habría que matizarla: el conjunto de los periódicos son varias cosas simultáneamente: son una institución social y una industria, una actividad económica, entre otras cosas, y ambos aspectos están muy involucrados. No puede decirse en puridad, que un periódico sea sólo una empresa que busca ganancias, no es sólo eso, también es en parte, valores, envía mensajes que están destinados a producir una conducta o una visión del mundo; en consecuencia realizan una actividad política. Los grupos formalmente políticos -los partidos, los sindicatos-, no tienen un diario, pero algunos periódicos responden más directamente unos que otros a intereses políticos específicos, son voceros de posiciones políticas específicas. A veces eso se hace como parte de la función económica, es decir, para ganar más dinero, a veces no. En fin, ahí habría que hacer algunos matices y no hacer una afirmación tan categórica, tan rotunda.

-¿En el control de los diarios, ¿cuáles grupos políticos podemos identificar

-El Día particularmente corresponde a una posición priista-cetemista, de modo que se le podría identificar con el nacionalismo revolucionario, que era la antigua manera de concebir la doctrina priista. *El Nacional* desde luego es el vocero gubernamental. *Novedades* representa, en la prensa impresa, el punto de vista de Televisa. *El Heraldo* es el portavoz de empresarios que estuvieron vinculados con la banca privada. Los otros diarios tienen menos identidad, no es que no la tengan, pero no son tan excluyentes o tan exclusivos de algún grupo, sino que le dan cabida a diversos.

-Retomando lo que usted decía respecto a que ahora el gobierno está tratando de establecer nuevas reglas del juego en la relación prensa-gobierno, ¿es aventurado decir que en la década de los 80 hubo un cambio en el bloque gobernante, que se expresa en una modificación del sistema económico (el

neoliberalismo), y en el aspecto político en la primera gubernatura de oposición en la historia del PRI como partido de la clase gobernante?

-Sí, ha habido cambios en el sistema político, pero la elección de una gubernatura de oposición más que haberla permitido el gobierno, le fue impuesta por la sociedad; más que un acto de tolerancia gubernamental, ésta fue producto de la movilización social.

-¿Ese cambio podría ser una coyuntura para modificar realmente la relación prensa-gobierno?

-Sí. Por buenas o por malas razones, la sociedad se está revitalizando. La desincorporación de las empresas del Estado podría significar un debilitamiento del Estado, pero en este caso podría surgir un problema porque éste se debilite más rápidamente de lo que la sociedad civil puede avanzar. Si este movimiento fuera acompasada, con la misma fuerza y la misma velocidad, habría un equilibrio entre estas dos entidades; por desgracia no ocurre así, porque los fenómenos no son mecánicos. El Estado adelgaza rápidamente, pero la sociedad no embarnece; pero sí es claro que cuando el Estado abandona zonas estratégicas, surgen coyunturas favorables para la modificación de las reglas del juego político.

-En esta coyuntura, cuál sería el papel de los periodistas democráticos que buscan un cambio?

-Estar al día en lo que ocurre, avizorar el panorama, realizar diagnósticos y expresar los cambios deseables.

-Y respecto a los dueños de los periódicos, ¿cuál será la respuesta ante la propuesta de cambios?

- Bueno, dependerá de cada quién, del tamaño de cada diario y de la manera en que se insertan los periódicos en la sociedad y la economía; algunos periódicos van a desaparecer

-¿Esa sería una consecuencia de los cambios en la relación?

-Sí, esa sería una consecuencia. Van a sobrevivir los periódicos más viables. Algunos periódicos se van a beneficiar, por ejemplo, de las nuevas reglas del mercado

papelero. Los periódicos que tiene una buena capacidad financiera y una capacidad de consumo también relevante, van a resultar beneficiados con las posibilidades de importar papel y ya no adquirirlo únicamente a través de PIPSA. Es evidente que la presencia de PIPSA es provisional; el gobierno decidió no venderla, pero eso es a corto plazo nada más; yo creo que a largo plazo continúa la idea de desembarazarse de esa empresa.

-Y respecto a la propuesta de dar a conocer públicamente los tirajes. De hecho, El Nacional y el Universal ya proporcionaron cifras....

-Pero las de *El Nacional* son tramposas, se derivan de un documento interno. Esas cifras son engañosas; creo que tienen un propósito de exagerar la presencia de *El Nacional*. Este diario lo que hizo fue informar su tiraje, pero lo que debió haber hecho es certificar su circulación pagada, o por lo menos probar de un modo más fehaciente su tiraje. Porque lo que *El Nacional* nos mostró sobre su tiraje fue un documento interno, mecanografiado, sin membrete, en donde el jefe de circulación le informa al director general cuantos ejemplares se imprimió en determinados días, que además eran días anómalos como allí se puede ver muy claramente, porque eran los días del Congreso Universitario, que *El Nacional* atendió muy sobresalientemente; entonces se puede conjeturar que en esos días el tiraje de *El Nacional* era mayor al normal, porque estaba buscando hacer una presencia importante en el ámbito de la UNAM. Lo que tiene que hacerse, en el conjunto de los anunciantes y de los diarios, es establecer un mecanismo de certificación de la circulación pagada, porque si sólo se muestran las cifras del tiraje, y sobre todo si se muestran con un documento tan informal es muy fácil simular los tirajes. Es muy fácil ofrecer como prueba de ello una hoja mecanografiada; en una hoja mecanografiada yo puedo poner las cifras que quiera. Tiene más seriedad, aunque no la requerida, el hacer una certificación notarial del tiraje, es decir, llamar a un notario que vaya directamente a la máquina

y que certifique que el indicador de la rotativa indique una cifra determinada. Eso es más serio, pero no definitivo, porque uno puede hacer con miras a la visita del notario, un tiraje especial, por completo distinto del que se haga todos los días. El modo inequívoco de saber qué presencia tienen los medios en la sociedad, es medir la circulación pagada, es decir, exhibiendo las facturas, exhibiendo las pólizas de los cheques proporcionados por los distribuidores en los locales cerrados de distribución. Eso es lo inequívoco, cuánto recibe cada periódico por concepto de ventas regulares. Este debe ser un esfuerzo común, de anunciantes y editores. Ya se está trabajando en ello. y un grupo está siendo coordinado por la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad, la AMAP, que está tratando justamente de que los publicistas y editores de periódicos trabajen en esto. No va a ser fácil, porque en nuestro país hay una larga práctica de simulación que ha llevado a informar que los diarios circulan más de lo que en realmente circulan, y en estos casos las diferencias son escandalosas. Yo creo que es sano, para la industria periodística como tal, y luego para la prensa como institución, es sano que haya una certificación de la circulación pagada. Ahora bien, la circulación pagada es sólo uno -importante-, pero sólo uno de los materiales que hay que tomar en cuenta para medir la presencia de los medios. Hay publicaciones que tienen alta circulación -tenemos el caso de *Alarma*, semanario ya desaparecido que circulaba hasta un millón de ejemplares- y sin embargo, nadie podría decir que era un medio más relevante que *El Universal*, es decir, que fuera 10 veces más relevante que *El Universal* porque circulaba 10 veces más que éste. Entonces, algo contra lo que hay prevenir desde ahora, es contra la tentación de medir, como único parámetro que dé cuenta de la presencia de los medios la circulación. Es importante, es útil, es sano, para transparentar las cosas, pero no es el único medio. Por ejemplo, *El Financiero* es un periódico con un efecto social muy superior al de su circulación, porque tiene impacto en un

medio decisivo: la clientela de *El Financiero* es una clientela que toma decisiones que repercuten en toda la sociedad, muy directamente, de modo que suponer que *El Financiero* es menos importante socialmente que *El Esto*, porque circula menos, es una visión deformada de este asunto.

-Raúl Trejo Delarbre en un artículo publicado en El Nacional, divulga algunas cifras sobre los tirajes de los medios ¿podemos considerar que son válidas?

-Yo creo que no tienen ninguna validez, porque además no nos dice qué procedimiento emplea para hacer el cálculo, y son apreciaciones -dice- tomadas de entrevistas de encargados de hacer la edición y de publicidad de los propios diarios; él hace sus afirmaciones, sin otorgarles el crédito a los informantes, y luego no se puede tampoco creer en algún sector de estos informantes que a su vez carecen de datos. Por ejemplo, las agencias de publicidad yo creo que no tienen datos sobre la circulación real de los periódicos, entonces, malamente pueden ser fuentes de información.

-Recapitulando, podemos decir que actualmente hay condiciones para una modificación y que hay signos de que PIPSA, en el mediano plazo va a desaparecer. Pero en la relación prensa-gobierno, ¿podemos esperar cambios?

-No, ahí no creo. Por lo menos no desde el punto de vista del gobierno. El actual gobierno sigue comportándose de manera semejante a como se han comportado todos los gobiernos anteriores.

-Para finalizar, ¿cuáles son las perspectivas para la prensa en la década de los 90?

-Difíciles. La circulaciones han crecido muy poco o nada. En general, se lee menos porque al permanecer estables las circulaciones, eso quiere decir que la proporción no aumenta en semejante medida a como crece la población y a como crece la población analfabeta. Los costos son crecientes, los costos de producción son crecientes y plantean problemas de viabilidad cada vez más acusados. Van a sobrevivir algunos medios impresos, algunos de los más

sólidos, pero va a ser difícil aún con apoyos gubernamentales, que medios artificiales, que no podrían subsistir sin el apoyo gubernamental, permanezcan. Va a ser una década difícil para los medios.

26-junio-1990
Entrevista a Raúl Trejo Delarbre.

-La investigación en comunicación es joven en México. No es sino hasta la década de los 70 cuando empieza a abordarse con profundidad este tipo de estudios. Sin embargo la prensa ha estado muy olvidada por los investigadores sociales, ¿cómo se explica ese vacío?

-Yo no diría eso. De hecho, es en los 70 cuando empieza a haber una nueva generación de egresados de las escuelas de comunicación, algunos de los cuales, aparte de estar en el campo profesional, se quedan en la academia y empiezan a trabajar estos temas. Entonces vienen algunas nuevas corrientes o modas teóricas: la comunicación alternativa, la comunicación popular, el enfoque estructuralista, el marxista. Pero desde los años 50 ya había investigaciones sobre comunicación, muy incipientes, muy discutidas, pero ya estaban y también en los años 60 sobre prensa existen trabajos como los de Julio del Río Reynaga , Susana González Reyna, Enrique González Casanova, Horacio Guajardo, trabajos quizá muy discutidos ahora. María del Carmen Ruiz Castañeda, Oropeza... quizá nos parezcan insuficientes, pero eran pioneros y eran importantes en su tiempo, vinieron a constituir los primeros textos en los cuales podían estudiar los alumnos mexicanos para no depender totalmente de los textos de origen estadounidense. No es que sea de los setenta, lo que pasa en esta década es que hay un despliegue de preocupaciones muy generalizadas en las ciencias sociales de manera más amplia y con algún énfasis muy pequeño integrado en el campo de la comunicación. La presencia de la prensa siempre ha sido mínima la prensa siempre ha estado presente, quizá con enfoques muy peligrosos. Yo mismo trabajé en la cosa que llamé prensa marginal con circunstancias muy específicas en un trabajo ahora muy rebasado, por las nuevas teorías, por las circunstancias actuales. Fátima Fernández hizo en los años setenta su tesis que es el libro que todos

conocemos ahora. Sí había trabajos, lo que pasa es que sobre todo en la segunda mitad de los setenta el auge de la televisión, la nueva presencia cultural de la sociedad mexicana se nos impuso como tema natural de investigación y en eso nos integramos nosotros.

-La caracterización que hace Fátima Fernández es el punto de partida para un gran número de investigadores, pero en la década de los ochenta hubo pocos trabajos, si acaso uno que acaba de salir de una investigadora alemana, Karin Bohmann, en los que se ve que no hay grandes cambios en la estructura de propiedad de los medios, ¿podríamos decir que no ha habido cambios?

-Sí, en general, y lo mismo ocurre con los medios electrónicos. A veces pensamos que llevamos muchos años diciendo lo mismo, pero es que en general sigue pasando lo mismo; o también ocurre que muchas veces no somos capaces de advertir nuevas circunstancias. Por ejemplo, para hablar de la prensa, los grandes medios siguen igual porque así están constituidos *La Prensa* y *El Día* son cooperativas; *El Universal* es una empresa de un señor fundamentalmente, *El Heraldo* de una familia, *Novedades* de una comisión de accionistas privados; pero hay novedades como lo constituyen los cambios -varios ya en estos más de 10 años- en el diario *Unomásuno*, en la propiedad para no hablar de los cambios políticos-; el surgimiento de *La Jornada* como una experiencia nueva, los cambios de *El Nacional*, no de propiedad, pero que también tienen que ver con el tipo de propiedad que tiene este diario. Quizá lo que pasa es que no hemos sido capaces de advertir estas novedades y por otro lado tampoco de buscar nuevos enfoques; la estructura de los medios desde luego es fundamental, pero quizá sirve de poco repetir lo que ha dicho Fátima en su trabajo pionero, si no lo ligamos con otras cosas: con la distribución de los medios, con los tirajes, lo que ha sucedido con las pautas de lectura de los medios. Habría que comprobarlo,pero si bien el tiraje de los medios ha bajado mucho, se han modificado las costumbres de lectura:

un ejemplar de un diario hoy lo lee más de una gente casi siempre, por lo general, entre otras cosas porque es muy caro -cuesta mil pesos-; de tal suerte que es difícil evaluar cuánta gente lee un ejemplar del *Esto* o de *La Prensa*, o por otro lado de *La Jornada* o de *El Nacional*. Aquí hay una gran vertiente de enfoques que podrían complementar la información sobre de la estructura de los medios.

-Retomando lo que dijiste, respecto a que a veces los cambios no se saben interpretar, ¿sería muy aventurado decir que en la década de los 80 hubo un cambio en el bloque gobernante en México?

-¿Respecto a los medios?

-Respecto a la política del gobierno.

--Bueno, a veces parece que en el sexenio anterior (de Miguel de la Madrid) no ocurrió nada, que no hubo cambios, pero sí hubo retrocesos y avances; más que nada el grupo en el gobierno estaba creando las condiciones para que un grupo más audaz (que es el encabezado por Salinas de Gortari) pudiera desplegar su capacidad de iniciativa; yo creo que esto está ocurriendo. La de los 80 fue una década muy compleja para México, pero le tocó la resaca del avance impulsado por el auge petrolero en la década anterior; luego vino la crisis que obligó a López Portillo a la nacionalización bancaria en 1982 y los años siguientes fueron de estancamiento, de recesión. Esto obligaba a cambios, pero con mucha cautela, que a veces más bien parecía temor a las transformaciones que ganas de avance en este grupo gobernante, y sin duda que a partir del gobierno de Salinas estamos en una fase nueva,que no quiero calificar como mala o buena, pero sin duda nueva.

-¿En la prensa se reflejó ese cambio?

- La prensa ha sido poco receptiva, poco sensible a estos cambios. Por una parte, la política de comunicación del Estado no parece hasta ahora ser congruente con la política de modernización que el propio gobierno quiere realizar en la economía. Se habla mucho de la liberalización económica, pero

si ésta fuera tal, en el caso de los medios tendría que haber competencia en los medios electrónicos y las concesiones tendrían que ser sometidas a licitación y no obsequiadas prácticamente, como en el caso de Televisa en el ramo de la televisión. En el caso de la prensa, para que haya auténtica competencia es necesario que se asuma con claridad que estamos en una economía de mercado, que las leyes del mercado -que son ominosas y tajantes- puedan ser preponderantes, y sería indispensable que hubiera claridad en las cifras de circulación de los diarios, que hubiera competencia en sus tirajes y en sus tarifas de publicidad, pero hasta ahora mantenemos la tradición que podríamos llamar patrimonial y cínica, según la cual no importa la tradición o la presencia social de los diarios, sino la preferencia de los jefes de prensa para decidir por ejemplo la contratación de espacios para la publicidad. Por otro lado falta que se asuma la modernidad en los cambios políticos para que haya reflejo de la diversidad política de nuestra sociedad en la prensa mexicana. La prensa en parte es receptiva de esto en sus páginas de opinión en los diarios más importantes, en donde concurren analistas de diversas convicciones políticas, pero no lo es tanto en muchos de sus vicios, el vicio del columnismo que supone que hay periodistas muy enterados de cosas que habitualmente le son desconocidas a la sociedad; o el síndrome del boletín de prensa, los vicios del embute o de otro tipo de corrupción, que siguen presentes en la relación del Estado y la prensa.

-La iniciativa presidencial de promover instancias para que sean conocidos los tirajes, ¿tiene posibilidades de prosperar?

-Yo creo que es inevitable que prospere; lo que no sé es cuándo. Lo que el presidente sugirió hace uno año (1989), simplemente es una exigencia social de hace tiempo. El presidente demandó que ésta fuera asumida por los directores de los diarios, pero el Estado no se va a meter en esa verificación. Quizá el presidente se equivocó en ese sentido.

El Estado, al igual que la sociedad tiene la obligación de promover la clarificación de tiraje de los diarios y de la audiencia en el caso de los medios electrónicos, pero falta que los editores de los diarios, los dueños de las estaciones de radio y televisión den a conocer una o varias propuestas. *El Universal* ya dio la suya al realizar un auditaje que propone dar a conocer trimestralmente; hay un proyecto de agencias de publicidad que están promoviendo un mecanismo de verificación de los propios medios... creo que va a haber muchas respuestas, de aquí a varios años.

-Hablemos de PIPSA. Si bien los dueños y editores de los diarios se opusieron a su privatización, de hecho se liberalizó el mercado para la libre importación de papel. ¿Esto es un signo de que PIPSA va a desaparecer?

-Es un signo de que en éste como en otros campos hay competencia. Creo que la liberalización es benéfica para los grandes editores, (los que tienen recursos para comprar y almacenar papel, rubros que entran en los gastos de operación más caros), pero al mismo tiempo la existencia de PIPSA es benéfica para los medianos y pequeños editores, que no pueden sufragar ellos mismos la transportación, el almacenamiento, el financiamiento para los créditos de papel. Es decir, la existencia de PIPSA obedece a la existencia de medios muy diversos, de tamaño, de público, incluso de composición de capital. Pienso que es complementaria y muy importante en relación con el mercado abierto.

-Recapitulando un poco, podemos decir que actualmente la prensa se maneja con criterios más empresariales que políticos?

-Siempre, aunque para ser negocio la prensa tiene que cuidar su presencia política para seguir manteniendo la posibilidad de la presencia económica; pero sin duda hay una relación entre ambas, pero antes que nada, antes que medio de presión y antes que medio de expresión y debate -que lo es sólo a medias-, la prensa es negocio.

-Cuáles son las perspectivas de la prensa para la década de los 90?

-Son tan diversas como el panorama de los medios. Creo que se va a mantener la presencia fuerte de la prensa que obedece a criterios financieros, que pertenece a familias o grupos privados o que estén convertidas en grandes cooperativas, como el caso de *Excélsior*, va a existir una prensa ideológicamente diversificada. Ya hay periódicos que se identifican sino con partidos sí con tendencias en la sociedad; es innegable la tendencia de centro-izquierda que tiene *La Jornada* -y muy saludable me parece a mí-, que es representante de un importante espectro político en la vida nacional. Creo que puede surgir una prensa de derecha, conservadora, que hasta ahora no existe en México (La experiencia de *El Heraldo* es fallida, y *Novedades* es más oficialista que los diarios empresariales). Creo que puede surgir la prensa de este tipo. Creo que la prensa va a seguir desempeñando un papel importante en el debate político, fundamentalmente político, no tanto por sus propios méritos, sino por la pobreza en la capacidad de expresión de otros sectores de la sociedad, una sociedad tan débil, tan mal organizada. Los periódicos sustituyen a veces -mal-, pero creo que pueden hacerlo a la falta de una sociedad civil suficientemente activa, y por último esto va a ser lo que condicionará el desarrollo lento de una prensa autónoma, crítica y sobre todo diversificada. Los problemas que enfrentará la prensa son la falta de receptividad social a lo que dicen y proponen los periódicos y lo que hacen los periódicos; las modificaciones a las pautas de lectura de los diarios, la crisis económica de la que no acabamos de salir, las tradiciones de nuestra cultura política que es más de rumores y de verdades a medias que a discusión por escrito; lo caro que resultan los periódicos; la preponderancia de los medios electrónicos -la televisión le quita público a los medios escritos- todo esto se va a conjugar para que sigamos en un panorama de pobreza periodística, comparada con las

expectativas de nuestro desarrollo democrático. Sin embargo tenemos una prensa cada vez más profesional, con más autoconciencia de su papel social, en comparación a la que hemos tenido en décadas anteriores. Estamos menos peor que antes, pero menos bien de lo que podríamos estar.

-Por último, ¿existe riesgo de desaparición para algunos periódicos?

-Sí, sobre todo si reconocemos que hay algunos periódicos que no tienen una presencia social. Hay algunas empresas que editar un par de miles de ejemplares, de los cuales se venden -si acaso- algunos cuantos centenares si pensamos muy optimista. Creo que aquellos periódicos que no han demostrado un arraigo social o que no han despertado un interés suficiente, se van a ver en dificultades cuando los anunciantes -empezando por el gobierno federal que es el más importante- revisen la utilidad de destinar parte de su presupuesto en contratar publicidad con este tipo de publicaciones. Estos van a desaparecer. No creo que haya riesgos de que publicaciones con una presencia política importante desaparezcan por falta de apoyo publicitario, pero sí hay el riesgo de que por las dificultades financieras internas -que algunos diarios ya tienen- y por las nuevas exigencias que la misma apertura comercial y la preponderancia de una economía que impulsa la auténtica competencia puedan generar problemas serios para los periódicos.

Bibliografía

1. ADORNO W, Theodor: *La industria de la cultura. Ilustración como engaño de las masas* en: *Sociedad y comunicación de masas* (varios autores), 2a. ed., México, 1981, Edit. Fondo de Cultura Económica, pp. 395-432

2. AGUILAR, Alonso M. et al: *La nacionalización de la banca. La crisis y los monopolios en México*, 3a. ed. México, Ed. Nuestro Tiempo, 1985, 232 pp.

3. AGUILAR Plata, Blanca: *Publicidad y empresa periodística en México*, México, Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación No. 10, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 1986, 67 pp.

4. ALTHUSSER, Louis, *Ideología y Aparatos Ideológicos de Estado*, en: *La Filosofía como arma de la Revolución*, Edit. Siglo XXI, Cuadernos Pasado y Presente, Vol. 4, México, 1978.

5. BASAÑEZ, Miguel: *La lucha por la hegemonía en México 1968-1980*, Edit. Siglo XXI, México, 7a. ed., 1988, 242 pp.

6. BECERRA ACOSTA, Manuel et al: *Prensa y radio en México*, en: Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación, No. 1, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 1978, 56 pp.

7. BOHMANN, Karin: *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, trad. por Alejandro Zenker, 1a. ed. en Español, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Alianza Editorial (Col. Los 90), México, 1989, 397 pp.

8. BOLAÑOS MARTINEZ, Víctor Hugo: *Impacto de la revista, la gran prensa y la historieta en la conciencia social*, 2a. ed., México, Edit. Ciencia, Cultura y Educación, 1983, 131 pp.

9. BUENDIA, TELLEZGIRON, Manuel: *Ejercicio periodístico*, 2a. ed., México, Ed. Océano/Fundación Manuel Buendía, 1987, 207 pp.

10. CARRASCAL, Ana et al: *Países y medios de comunicación. Estructura mundial de transmisión de noticias*, Enciclopedia de Periodismo, 1a. ed., Barcelona, Edit. MItre, 1986, 284 pp.

11. CONCHEIRO Elvira, FRAGOSO J. Manuel et al. *El Poder de la Gran Burguesía*. México, Ediciones de Cultura Popular, 1979.

12. CORDERA CAMPOS, Rolando: *Las decisiones del poder*, 1a. ed., México, Edit. Cal y Arena, 1989, 148 pp.

13.- ESTEINOU MADRID, Javier: *El surgimiento de los aparatos de comunicación de masas y su incidencia en el proceso de acumulación de capital*, México, Cuadernos del Taller de Investigación en Comunicación Masiva (TICOM) No.10, Universidad Autónoma Metropolitana, abril de 1984, 87 pp.

14. ESTEVA, Gustavo: *El Estado y los medios: los medios del Estado y los fines de los medios*, en: Nueva Política, México, vol.1 No. 3, Edit. Fondo de Cultura Económica, 1976, pp. 37-54.

15. FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima: *Los medios de difusión masiva en México*, 7a. ed., México, Juan Pablos Editor, 1989, 330 pp.

16. FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima: *Prensa y radio en México* en: Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación, No. 1, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 1978, 56 pp.

17. FUENTES FIERRO, Aquiles: *Papel y medios impresos: desarrollo económico y derecho a la información*, México, Cuadernos del Taller de Investigación en Comunicación Masiva (TICOM) No. 29, diciembre de 1983, UAM, 168 pp.

18. GOMEZJARA, Francisco y PEREZ R., Nicolás: *El diseño de la investigación social*, 4a. ed., México, Edit. Nueva Sociología, 1982, 360 pp.

19. GRAMSCI, Antonio: *Los intelectuales y la organización de la cultura*, México, Juan Pablos Editor, 1975.

20. GRANADOS CHAPA, Miguel Angel: *Comunicación y política*, 1a. ed., México, Edit. Océano, 1986, 193 pp.

21. GRANADOS CHAPA, Miguel Angel: *La banca nuestra de cada día*, 4a. ed., México, Edit. Océano, 1985, 168 pp.

22. GRUPPI, Luciano: *El concepto de hegemonía en Gramsci*, 2a. ed., México, Ediciones de Cultura Popular,1988, 191 pp.

23. HAMELINK, Cees: *Finanzas e información*, trad. por Federico Sánchez Ventura, 1a. ed. en Español, México, Edit. Nueva Imagen, 1984, 217 pp.

24. LEÑERO, Vicente: *Los periodistas*, 1a. ed., México, Edit. Joaquín Mortiz, 1978, 412 pp.

25. MOLINA y VEDIA, Silvia: *Manual de Opinión Pública*, 2a. ed., México, UNAM (Serie Estudios, No.57) 1985, 113 pp.

26. MEJIA BARQUERA, Fernando: *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (orígenes y desarrollo)*, Tesis de licenciatura, México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1981.

27. MUSACCHIO, Humberto: *Diccionario Enciclopédico de México*, 1a. ed., México, Andrés León Editor, 1989, 4 t.

28. PORTELLI, Huges: *Gramsci y el bloque histórico*, trad.por María Braun, 8a. ed., México, Edit. Siglo XXI, 1981, 162 pp.

29. POULANTZAS, Nicos: *Las clases sociales en el capitalismo actual*, trad. por Aurelio Garzón del Camino, 9a. ed., México, Edit. Siglo XXI, 1987, 312 pp.

30. POULANTZAS, Nicos: *Poder político y clases sociales en el Estado capitalista*, trad. por Florentino M. Torner, 24a. ed., México, Edit. Siglo XXI, 1988, 471 pp.

31. REVUELTAS, José: *Ensayo sobre un proletariado sin cabeza*, 3a. ed., México, Edit. Era (Col. obras completas, t.17), 1982, 247 pp.

32. SCHERER GARCIA, Julio: *Los presidentes*, 2a. ed., México, Edit. Grijalbo, 1986, 252 pp.

33. SCHERER GARCIA, Julio: *El poder. Historias de Familia*, 2a. ed., México, Edit. Grijalbo, 1990, 128 pp.

34. SECANELLA, Petra Ma: *El periodismo político en México*, 1a. ed., México, Edit. Prisma, s/f, 202 pp.

35. SIMPSON GRINBERG, Máximo et *al: Comunicación alternativa y cambio social*, 2a. ed., México, Premiá Editora, 1989, 373 pp.

36. SMITH, Peter H.: *Los laberintos del poder: el reclutamiento de las élites políticas en México (1900-1971)*, trad. por Soledad Loaeza y Joaquín Urquidi, 1a. ed., México, Edit. El Colegio de México, 1982, 414 pp.

37. URIBE, Hernán: *Etica periodística en América Latina. Deontología y estatuto profesional,* 1a. ed., México, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Centro de Estudios de la Comunicación (Serie Estudios, no. 72), 1984, 181pp.