



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO

20  
2EJ

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

"EL NACIONAL: DE LA PRIVATIZACION AL  
CONTINUISMO POLITICO"

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA  
C O M U N I C A C I O N  
P R E S E N T A :

JESUS CASTILLO ROSAS



DIRECTORA DE TESIS: LIC. IRMA LOMBARDO GARCIA

CIUDAD UNIVERSITARIA

ENERO 1995

FALLA DE ORIGEN

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

## **DEDICATORIAS.**

**A Gloria Luz, por ser la compañera de tropiezos, éxitos y esperanzas.**

**A Rita y Jesús, por su comprensión, apoyo y cariño a lo largo de todos mis años de vida.**

**A la Lic. Irma Lombardo García, por su orientación académica y ejemplo profesional.**

**A la UNAM y la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, por haberme dado la oportunidad de aprender.**

## **EL NACIONAL: DE LA PRIVATIZACION AL CONTINUISMO POLITICO**

	<b>INDICE GENERAL</b>	<b>PAG.</b>
<b>INTRODUCCION</b>		<b>1</b>
<b>CAPITULO 1. CONTEXTO GENERAL. EL PROCESO DE DESINCORPORACION DE EMPRESAS PARAESTATALES</b>		
1.1	La Revolución y el intervencionismo del Estado en la economía.	7
1.2	Breve historia y desarrollo de la empresa pública 1920-1982.	9
1.3	Miguel de la Madrid y el reconocimiento de la ineficiencia del sector público.	14
1.4	La Reforma del Estado, la reorganización y reducción del sector paraestatal y la administración de Carlos Salinas de Gortari.	16
1.5	El anuncio de venta de dos medios de comunicación del Estado: Canal 13 y <i>El Nacional</i> .	18
<b>CAPITULO 2. EL NACIONAL: DE LA REVOLUCION A LA MODERNIDAD</b>		
2.1	Surgimiento de <i>El Nacional Revolucionario</i> como órgano del Partido Nacional Revolucionario.	25
2.2	<i>El Nacional Revolucionario</i> vs <i>Excelsior</i> y <i>El Universal</i> .	28
2.3	El diario como las voces de grupos.	31
2.4	<i>El Nacional</i> y su incorporación al aparato público. como empresa paraestatal.	33
2.5	Los cambios de poder: 16 directores.	38
2.5.1	Los hombres de Plutarco Elías Calles.	39
2.5.2	Los hombres de Lázaro Cárdenas y Manuel Avila Camacho.	41

2.5.3 Miguel Alemán Valdés y los Adolfos, Ruiz Cortines y López Mateos.	43
2.5.4 Gustavo Díaz Ordaz, Luis Echeverría y José López Portillo.	46
2.5.5 Los hombres de Miguel de la Madrid y Carlos Salinas de Gortari.	49
2.6 La modernización de <i>El Nacional</i> .	51
2.7 Las finanzas de <i>El Nacional</i> y el adiós de José Carreño Carlón.	57
2.8 La salida de José Carreño Carlón del diario.	59

### **CAPITULO 3. EL PROCESO**

3.1 Contexto general. El anuncio de venta y las reacciones al interior del diario.	64
3.1.1 Criterios de desincorporación. Diferencias entre liquidación, fusión, transferencia y venta.	66
3.1.2 Estructura y pasos del proceso de venta de empresas públicas.	68
3.2 <i>El Nacional</i> a la venta (pero no en el puesto de periódicos)	70
3.3 Las razones del No.	74
3.4 Juez y Parte. Editores y Periodistas de <i>El Nacional</i> , Sociedad Civil.	77
3.5 La segunda vuelta. <i>El Nacional</i> nuevamente a la venta.	80
3.6 Lo político y la privatización.	83
3.7 Marcha atrás en el proceso.	87

CONCLUSIONES	97
BIBLIOGRAFIA	102

## INTRODUCCION.

La desincorporación de empresas públicas que el gobierno mexicano desarrolló durante las administraciones de Miguel de la Madrid y Carlos Salinas de Gortari a pretendido convertirse en la piedra angular de la nueva concepción de Estado que a nivel mundial y nacional se ha adoptado dadas las nuevas tendencias de globalización económica y redefinición de las relaciones de éste con la sociedad.

Criticado por amplios sectores de la sociedad mexicana por las secuelas de desempleo, así como inconformidad social y económica, la privatización de entidades estatales se convirtió en una de las banderas políticas y económicas más explotadas a lo largo de la administración salnista, sin embargo sus frutos no fueron vistos de forma tangible por gran cantidad de los mexicanos.

Si bien la estrategia de adelgazamiento del Estado delineada por el gobierno de Carlos Salinas de Gortari, no sólo se dirigió a aquellas empresas consideradas como "elefantes blancos" por la gran cantidad de recursos que se dedicaron a su mantenimiento, sino también a los medios de comunicación gubernamentales.

El hecho de incluir a los órganos de difusión oficiales en el amplio paquete de compañías destinadas a ser manejadas por el capital privado, representó ya por sí misma una acción sin precedente que sentó las bases para el establecimiento de una nueva relación entre el Estado y los medios de comunicación, la cual se desarrolló en un ambiente en el cual fue uno de sus instrumentos de ejecución, la Administración Pública, la que reforzó las prácticas de control político de la prensa y el apoyo a sus canales de difusión para generar un clima de concordia bajo el cobijo de la información pública, para la que todo se desarrolló sin problemas e inconformidades.

Sin embargo, uno de los preceptos de la política salnista respecto a las empresas de comunicación del gobierno, enmarcada en la reforma del Estado y el redimensionamiento de la función pública, llevó a la administración "modernizadora" a dar un giro en esta concepción, debido a la necesidad de establecer una relación más clara con los medios de comunicación y tratar de responder así a una mayor demanda social respecto a la apertura y pluralidad de opiniones, en la que la venta de las entidades públicas de información se presentó como una opción más de participación de otros sectores diferentes al Estado en esta actividad para abrir, si no nuevos canales de información, sí una alternativa diferente en la percepción de la realidad mexicana.

De ahí la decisión de incluir a la que fuera a la extinta Corporación Mexicana de Televisión, mejor conocida como Canal 13 y su red nacional y al periódico *El Nacional* en

## 2.

la larga lista de empresas públicas que pasaron por un amplio proceso de modernización, primero, y a la desincorporación del sector público, después para responder a la necesidad de revitalización de las empresas gubernamentales de comunicación para abrir espacios diferentes de información, difusión de la cultura, ideas, entretenimiento y opiniones a los ya existentes.

Este proceso marcó un capítulo aparte en la política de privatización ya que mientras el primero tuvo un desenlace satisfactorio para la iniciativa privada, el otrora órgano oficial del Partido Nacional Revolucionario (PNR) se vio obligado a pasar por dos rondas de venta que finalmente lo llevaron a permanecer dentro del aparato gubernamental, pero bajo otros esquemas y relación con el gobierno, derivada de la posición política que representó este medio, como instrumento de legitimación del Estado, en un contexto político-económico que durante 1994 desbordó al optimismo gubernamental que se forjó desde el inicio del gobierno de Carlos Salinas de Gortari y que llevó a gobierno dar un giro completo en la decisión original de vender el rotativo y mantenerlo como una entidad pública que, de forma especial, ese año recobró su carácter de "prioritario" ante las eventualidades de fin de sexenio.

La política de desincorporación de entidades paraestatales, consideró que ambos medios estatales de comunicación dejaron de responder al carácter "estratégico y prioritario" que caracterizó a las empresas del Estado.

La venta del periódico *El Nacional*, tema principal del presente trabajo, respondió, al igual que todas las demás empresas paraestatales desincorporadas, a una estrategia de reforma y redimensionamiento del Estado, a la decisión del gobierno de modificar su política informativa y a la necesidad de dejar de tener un papel empresarial para atender los reclamos sociales más inmediatos, a pesar de que este medio de comunicación llegó a tener un peso específico en la configuración del actual sistema político al convertirse en un puente de enlace entre el partido y el gobierno para los directores que desfilaron desde 1929 hasta 1992, en particular para la gestión de Carlos Salinas de Gortari.

Este trabajo pretende dar un panorama general de lo que fue el proceso de desincorporación de *El Nacional* partiendo del contexto en el que se desarrolló la política de privatización de empresas paraestatales, ( a las cuales el rotativo entró a formar parte el primero de enero de 1941 por un decreto presidencial de Manuel Avila Camacho), desde el gobierno de Miguel de la Madrid a Carlos Salinas de Gortari, sexenios en lo que la participación del Estado en las actividades empresariales se redujo de 1115 entidades

en 1982 a sólo 258 al concluir este proceso en los últimos meses de la administración salinista.

Posteriormente, se analiza el surgimiento del diario como órgano informativo del PNR (fundado el 29 de mayo de 1929 por el entonces presidente Plutarco Elías Calles); las condiciones políticas que llevaron a esta medida; su incorporación al aparato estatal; el papel que tuvieron sus diferentes directores y las estrechas relaciones que se establecieron desde un principio entre el diario, el partido y el gobierno y el papel que en este sentido tuvieron los diferentes directores para responder a las necesidades e intereses de los gobiernos que se sucedieron desde Plutarco Elías Calles hasta Carlos Salinas de Gortari.

En la última parte, se estudia lo que fue el proceso de desincorporación de *El Nacional* que abarca del anuncio de venta hecho el 3 de abril de 1992 a la decisión del gobierno por mantener la propiedad del periódico, todo ello enmarcado dentro del contexto en el que se desarrolló el sexenio 1988-1994, cuya principal característica fue la modernización de todos los ámbitos de la vida nacional. En este capítulo se trata de encontrar las razones de la venta del rotativo y las negativas de la iniciativa privada por adquirirlo, lo que llevó a las autoridades de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, dependencia encargada de todo el proceso de desincorporación, a tratar de privatizarlo en dos ocasiones.

En este sentido, el costo político de la venta del diario, en un año que se sacudió por los diferentes acontecimientos que estuvieron a punto de poner en *jaque* la viabilidad propia del gobierno, sería más alto que el económico dado que ante un cuestionamiento de la efectividad de las estructuras, planes y programas de gobierno, éste último requería de un canal por el cual se presentara ante la sociedad como el medio oficial del gobierno y que el peso de la información, en momentos claves de la vida política y social, no recayera en los órganos de difusión privados, que sí bien tienen un papel justificador de las acciones de gobierno, porque el Estado perdería credibilidad ante la sociedad al difundir su imagen por otros medios diferentes a los de su propiedad.

La venta del diario representó un parteaguas en la política económica y de privatización que marcó historia en nuestro país, debido a que la desincorporación de los medios de comunicación sorprendió a muchos sectores porque se presentó en un contexto en el que se aproximaban las elecciones presidenciales más discutidas en la historia moderna de México, sobre todo porque en el inicio de esta política no se contempló la venta de esas empresas del Estado.

#### 4.

¿Cuál es el significado para el propio gobierno y para la política informativa del Estado la venta de *El Nacional* ?; ¿Cuál será el futuro del matutino durante la administración del presidente Ernesto Zedillo a la luz de la presentación de su esquema y política económica, especialmente para las empresas públicas que aún quedan?; ¿Por qué decidió el gobierno finalmente quedarse con el diario?, son algunas de las interrogantes que tratarán de ser despejadas a lo largo del presente trabajo.

Cabe destacar que la aportación de esta investigación, desde mi punto de vista, radica en el tratamiento de un hecho específico como es el caso del proceso de venta de entidades paraestatales aplicado a un medio de comunicación, aspecto novedoso en el caso de las empresas estatales dedicadas a la difusión de noticias y por tanto, objeto de estudio de la especialidad.

### **1. Contexto General. El proceso de desincorporación de empresas paraestatales.**

El proceso de desincorporación de empresas paraestatales se inició durante la administración del expresidente Miguel de la Madrid Hurtado y se enfatizó durante la gestión de Carlos Salinas de Gortari, a grado tal que sirve de base para delinear y concretar el proyecto de modernización de México en sus diferentes ámbitos y a encauzar las actividades del Estado al cumplimiento de las necesidades sociales y el bienestar colectivo.

Se entiende por empresa pública la entidad de derecho público con personalidad jurídica y patrimonios propios, creada o reconocida por medio de una ley para la realización de actividades mercantiles y de otra naturaleza económica. (1)

Es un instrumento del Estado para preservar la soberanía y controlar los recursos estratégicos de la nación, así como para conservar el empleo.

De acuerdo con Sergio García Ramírez, la empresa pública puede considerarse como una unidad de producción de bienes o prestación de servicios que posee una contrapartida patrimonial formada por decisión inmediata del Estado, con recursos propios o en asociación con capitales privados o sociales y sujeta al cumplimiento forzoso y directo de los planes y programas gubernamentales. (2)

En opinión de Francisco Ruiz Massieu, la empresa pública es una entidad económica personificada, en la que el Estado ha contribuido con capital por razones de interés social, público o general.

Para Alejandro Carrillo Castro, la empresa paraestatal es una unidad económica de producción de bienes y prestación de servicios que nace y se desarrolla en un marco de condiciones políticas, económicas y sociales que le confieren raíz y sentido específico. (3)

Para los fines del presente trabajo se entenderá como empresa pública a la unidad económica formada por el Estado mediante la aportación mayoritaria de capital o en asociación con los sectores social o privado, para la producción de bienes y la prestación de servicios.

Con el fin de establecer los parámetros de lo que se entiende por empresa paraestatal de participación mayoritaria y minoritaria, es preciso detallar el significado de

(1) Coordinación General de Estudios Administrativos. Glosario de Términos Administrativos. p. 76

(2) "Constitución y ordenación económica del Estado". Mercado de Valores. p. 885

(3) A. Carrillo Castro y S. García Ramírez. La Empresa Pública en México. p. 30

cada uno conforme al Glosario de Términos Administrativos de la Presidencia de la República.

**Empresa de participación estatal:** es aquella que satisface los siguientes requisitos:

Que el gobierno aporte o sea propietario del 50 por ciento o más del capital social o de las acciones de la empresa.

Que en la configuración de su capital se hagan figurar acciones específicas que sólo puedan ser suscritas por el Gobierno Federal.

Que corresponda al Gobierno Federal la facultad de nombrar a la mayoría de los miembros del Consejo de Administración, Junta Directiva u órgano equivalente o designar al presidente o director o al gerente o tenga la facultad de vetar los acuerdos de la asamblea general o la junta directiva u órgano equivalente.

**Empresa estatal de participación minoritaria:** De acuerdo con el artículo 48 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal son empresas de participación estatal mayoritaria:

Las sociedades en las que uno o más organismos descentralizados u otras empresas de participación estatal mayoritaria, consideradas conjunta o separadamente, poseen acciones o partes de capital que representen menos del 50 por ciento y hasta 25 por ciento de aquel. También en la que la vigilancia de la participación estatal estará a cargo de un comisario designado por el secretario de estado o jefe de departamento administrativo encargado de la coordinación del sector correspondiente.

Como se puede notar, existen elementos jurídicos y administrativos que asemejan los conceptos que se tienen respecto a la entidad pública, la única diferencia significativa entre una de participación mayoritaria y otra minoritaria, es la porción de capital que el Estado aporta y las decisiones políticas y económicas que tome de acuerdo a la participación accionaria que éste tenga.

Hasta aquí se han visto las definiciones y características de la empresa pública que hacen de la misma un instrumento gubernamental necesario para organizar la producción de bienes y servicios encomendados al Estado y sus diferentes modalidades de capital que aporta y por consecuencia, las determinaciones que pueda tener en relación a una coyuntura política o económica de la entidad, pero ¿en qué periodo histórico podemos ubicar la génesis de la empresa pública?

### 1.1 La Revolución y el intervencionismo del Estado en la economía.

Concluida la lucha armada, el país experimentó una situación anárquica donde no existía la organización agraria, política, económica o social. Los caudillos de la Revolución Mexicana tenían frente a sí el reto de construir, o mejor dicho, reconstruir la nación sobre la base que ellos denominaron "unidad nacional" y cuyo contenido quedó asentado en la Constitución de 1917.

En este contexto y, sobre todo, en el ámbito de la organización de México luego del término de la revuelta, la génesis de la empresa pública se da como consecuencia del marco normativo de la Constitución y la parálisis económica del país en los años posteriores, por lo que la creación de unidades empresariales públicas respondió a diversos objetivos. María Amparo Casar y Wilson Peres señalan, entre otros, los siguientes:

Aumentar la estabilidad del sistema económico nacional y propiciar su desarrollo mediante la creación del Banco de México.  
 Conferir al estado la explotación de los recursos propios para garantizar la soberanía nacional y la prestación de algunos servicios públicos, para lo cual se creó Petróleos Mexicanos y la Comisión Federal de Electricidad  
 Atender sectores productivos que estaban en quiebra y salvar empleos y producción; como fue el caso de los sectores textil, pesquero y de procesamiento de alimentos.  
 Atender industrias mal explotadas por la iniciativa privada, lo cual provocó la entrada del estado en la industria pesada nacional.  
 Alcanzar objetivos de bienestar social para mejorar la situación de algunos sectores de la sociedad y regular el mercado de la producción de granos y productos básicos, por lo que se creó la Compañía Nacional de Subsistencias Populares y Almacenes Nacionales de Depósito. (4)

En resumen, después de la Revolución Mexicana y hasta la mitad de la década de los ochenta el Estado intervino en la economía para preservar la soberanía nacional y estatal. Lo primero se refiere a que un Estado o conjunto de agentes económicos, adquieran poder para ocupar posiciones estratégicas en la estructura económica nacional y el segundo tiene que ver con la posibilidad de que agentes económicos internos acumulen poder económico a grado tal que puedan influir en decisiones políticas del país.

(4) M.A. Casar y W. Peres. El Estado empresario en México: ¿agotamiento o renovación? p. 28

Al respecto, los artículos 25, 26 y 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, mencionan directa o indirectamente la intervención del Estado en la actividad económica del país.

El artículo 25 dice:

Corresponde al Estado la rectoría del desarrollo nacional para garantizar que éste sea integral, que fortalezca la soberanía de la Nación y su régimen democrático y que, mediante el fomento del crecimiento económico y el empleo y una más justa distribución del ingreso y la riqueza, permita el pleno ejercicio de la libertad y la dignidad de los individuos, grupos y clases sociales...

Al desarrollo económico nacional contribuirán con responsabilidad social, el sector público, el sector social y el sector privado, sin menoscabo de otras formas de actividad económica que contribuyan al desarrollo de la Nación...

El sector público tendrá a su cargo, de manera exclusiva las áreas estratégicas que se señalan en el artículo 28, manteniendo siempre el gobierno federal la propiedad y el control de los organismos que en su caso se establezcan.

Asimismo, podrán participar por sí o con los sectores social y privado de acuerdo con la ley, para impulsar y organizar las áreas prioritarias del desarrollo...

En el artículo 26 se encuentran los lineamientos que sigue el Estado para establecer una planeación democrática del desarrollo nacional:

El Estado organizará un sistema de planeación democrática del desarrollo nacional que imprima solidez, dinamismo, permanencia y equidad al crecimiento de la economía para la independencia y la democratización política, social y cultural de la Nación...

La planeación será democrática; mediante la participación de los diversos sectores sociales recogerá las aspiraciones y demandas de la sociedad para incorporarlas al plan y los programas de desarrollo.

Es de particular importancia el artículo 28, ya que en él se encuentran las bases jurídicas y los argumentos para el diseño del aparato estatal dentro de la economía; esencialmente en las actividades consideradas estratégicas y prioritarias:

En los Estados Unidos Mexicanos quedan prohibidos los monopolios, las prácticas monopólicas, los estancos y las exenciones de impuestos en los términos y condiciones que fijan las leyes...

No constituirán monopolios las funciones que el Estado ejerza de manera exclusiva en las áreas estratégicas a las que se

refiere en este concepto: acuñación de monedas, correos, telégrafos, radiotelegrafía y la comunicación vía satélite, emisión de billetes y monedas por medio de un solo banco organismos descentralizados del Gobierno Federal, petróleo y los demás hidrocarburos, minerales radioactivos y generación de energía nuclear, electricidad, ferrocarriles y las actividades que expresamente señalan las leyes que expide el Congreso de la Unión.

El Estado contará con los organismos y empresas que requiera para el eficaz manejo de las áreas estratégicas a su cargo y en las actividades de carácter prioritario donde de acuerdo en las leyes, participe por sí o con los sectores social y privado.

## **1. 2 Breve historia y desarrollo de las empresas públicas 1920-1982**

La década de los años veinte marca el inicio de la intervención gubernamental en la economía, dentro de un entorno frágil y en el que la afluencia de capitales para alentar el desarrollo eran aun incipientes, en donde los flujos de inversión hacia actividades productivas no eran lo viable que se requería para la reconstrucción de un país que social, económica y políticamente se preparaba para salir del colapso que representó la Revolución Mexicana.

Bajo este contexto y con una necesidad de respuesta rápida a los requerimientos de capital y de infraestructura productiva para iniciar el desarrollo industrial de México, se crean durante esos años, el Banco de México, La Comisión Nacional de Caminos y los bancos de Crédito Agrícola y de Fomento Industrial.

El Estado comenzó de inmediato a apoyar áreas como la infraestructura de caminos y carreteras, el campo y la industria que permitieran a una economía dependiente del incipiente capital privado, dar los primeros pasos para crear una planta productiva nacional.

En los siguientes diez años el Estado desarrolla una mayor actividad en la intervención de la economía. Esta participación se centra en uno de los postulados constitucionales que le dieron sustento jurídico para tal efecto, es decir, conservar, controlar y explotar los recursos naturales del país para el Estado bajo la premisa de que son aquellos de carácter "estratégico y prioritario para preservar la soberanía nacional".

En este contexto, durante los años treinta se crea Nacional Financiera como entidad de desarrollo y apoyo crediticio para las empresas que comenzaban a constituirse y, sobre todo, para dotar de recursos a las nacientes compañías del Estado.

## 10.

En esos años se funda también Petróleos Mexicanos, cuya función esencial es la de guardar para el Estado el derecho exclusivo de explotar, distribuir y comercializar los hidrocarburos que se encuentran bajo territorio nacional y en los litorales y que por muchos años fue hecha por las empresas extranjeras.

También surgieron la Comisión Federal de Electricidad, entidad prestadora de servicios que fortaleció al Estado mediante su presencia en áreas estratégicas y la Productora e Importadora de Papel, que tuvo y tiene un rol importante en el desarrollo y consolidación de la prensa nacional, mediante el abastecimiento de insumos para la producción de periódicos.

Los años treinta y cuarenta, marcaron la etapa más intensa de la industrialización de México, donde el Estado intervino en casi todas las ramas productivas de la economía.

Al respecto, Jorge Fernández Santillán escribe:

...aunque en esencia la formación del gran aparato productivo debería ser considerada propiamente después de 1935, la expansión gubernamental tendría que llevarse a cabo, debido a que los acontecimientos exigían instituciones capaces de poner en práctica los programas definidos en la Constitución, que demandaban no solo mejoras en el orden político, sino sobre todo, hechos concretos en los cuales el Estado tendría que responder con sus acciones, es decir, con la administración pública. (5)

Este aspecto se dio en el terreno jurídico a partir de 1925, pues el Estado recurrió a formas jurídico-administrativas diferentes a las centralizadas, por juzgarlas más adecuadas para la mejor y más eficiente realización de actividades en las que determina o se ve forzado a participar directamente. (6)

En la década de los cuarenta surgieron empresas paraestatales cuya actividad se centró en la industria pesada, que si bien no era estratégica o de algún beneficio social, estaban mal administradas por el capital privado, lo que justificó la presencia del Estado en ellas.

Empresas como Constructora Nacional de Carros de Ferrocarril, Altos Hornos de México, Fertilizantes Mexicanos, Diesel Nacional, Compañía Industrial de Atenuique,

(5) J. Fernández Santillán. Política y Administración Pública en México. p. 48

(6) Cfr. A. Carrillo Castro. La Reforma administrativa en México. p. 76

## 11.

Siderúrgica Lázaro Cárdenas las Truchas, Industrial de Abasto y Conasupo, marcaron el inicio del proceso de industrialización de México, que se desarrolló con mayor intensidad durante el sexenio de Miguel Alemán Valdés.

Durante la administración de Manuel Avila Camacho, el sector paraestatal amplió su actividad industrial y la promoción económica se centró en satisfacer las demandas de la población mediante el abasto de alimentos con entidades como Conasupo e Industrial de Abasto. "La regulación y el control de los abastecimientos entraban en sus objetivos no con el fin de frenar la actividad comercial privada, sino más bien complementarla y asegurar los márgenes de confiabilidad para no crear una situación explosiva por la escasez de productos que en un momento pudo derivar en problemas sociales". (7)

Así, la administración pública se extendía en esos años de manera vertiginosa por la estabilidad política lograda y por la tendencia de la centralización de la vida social. Bajo este contexto, Avila Camacho decidió que el Gobierno Federal contara con un medio de comunicación propio, que le permitiera dar a conocer de manera más amplia a la sociedad los avances y logros de los programas gubernamentales y que además se convertiría en un lazo entre sociedad y gobierno, por lo que el que había sido el órgano oficial del ya consolidado Partido Nacional Revolucionario desde el 29 de mayo de 1929, pasó a engrosar las filas de la administración pública el primero de enero de 1941, bajo la figura de empresa paraestatal de capital gubernamental mayoritario por un decreto presidencial oficializado solamente en *El Nacional*.

Avila Camacho entregó el poder a Miguel Alemán Valdés en 1946 y el proyecto mexicano continuó el esfuerzo de industrialización, respaldado por una administración pública consolidada y en plena expansión.

Los años cincuenta y sesenta fueron para las empresas públicas y en general para el aparato administrativo del Estado, décadas de estancamiento pero de mayor consolidación toda vez que el "desarrollo estabilizador" de Alemán dio amplias facilidades a la inversión extranjera y a la instauración en territorio nacional de un número importante de compañías extranjeras, principalmente norteamericanas.

Además, el crecimiento de las empresas privadas fue evidente ya que en 1959 el manejo de fondos por parte de fideicomisos para apoyos de las pequeñas y medianas industrias, representó para Nacional Financiera 190.7 millones de pesos de aquellos años. (8)

(7) J. Fernández Santillán. *Ibid.* p. 57

(8) G. Brasdefer. Las empresas públicas en México. p. 124

Muchas de las empresas que en esos años surgieron, lo hicieron al amparo del sector público, sobre todo aquellas que para crecer tuvieron que solicitar apoyo financiero al Estado, lo que estableció relaciones conjuntas que se incrementaron a través del extenso aparato productivo y de las obras públicas realizadas.

El sector paraestatal continuó en expansión. A finales de los años sesenta sumaban ya 259 entidades que presentaban problemas presupuestales, ya que en la mayoría de los casos gastaban más de lo que generaban.

Aun así, adquirieron vida en esas dos décadas empresas como La compañía de Luz y Fuerza del Centro, el Sistema de Transporte Colectivo, el Instituto de Seguridad Social y Servicios a los Trabajadores del Estado, Azufres Mexicanos, Caminos y Puentes Federales de Ingresos y la Productora Nacional de Semillas y la extinta Aseguradora Nacional Agrícola y Ganadera, entre las más importantes. (9)

A partir de 1970 el Estado se encarga de crear áreas de desarrollo tecnológico e instancias de asistencia social a los diferentes grupos sociales, tal es el caso del Instituto Nacional del Petróleo y el Instituto Nacional de Investigaciones Nucleares, en el primer caso, y de los institutos Mexicano de Asistencia a la Niñez y Nacional de Protección a la Infancia, en el segundo caso.

También incursionó en empresas de bienes de capital como NKS, perteneciente al sector de la industria de la transformación.

Sin embargo, la administración de Luis Echeverría Álvarez se caracterizó por la creación de entidades descentralizadas del gobierno federal, las cuales en su mayoría se encargaron de atender las necesidades sociales con un sentido "populista".

Entre 1970 y 1976 los organismos descentralizados aumentaron con la creación de, entre otros, el Consejo Nacional de Fomento Educativo, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, el Instituto del Fomento Nacional de la Vivienda para los Trabajadores, Productos Pesqueros Mexicanos y el Instituto para el Desarrollo de la Comunidad Rural y la Vivienda Popular. (10)

Hasta aquí no existía un ordenamiento legal que regulara y orientara la actividad del sector paraestatal, concebido como un factor importante en el desarrollo nacional. El primer esfuerzo en este sentido por parte de las autoridades se dio con la Ley para el

(9) *México a través de los informes presidenciales*, p. 175

(10) Cfr. Bases legales de los organismos descentralizados, empresas de participación estatal e instituciones nacionales de crédito, p. 70-82

Control por parte del Gobierno Federal de los Organismos Descentralizados y Empresas de Participación estatal publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 31 de noviembre de 1946 y cuya influencia se extiende hasta finales de la década de los cincuenta.

Es hasta la administración de José López Portillo cuando se emite una ley que de manera formal regula la actividad del sector paraestatal y la administración pública con la Ley Orgánica de la Administración Pública de 1976 que "buscaba fundamentar y encauzar una de las formas más radicales con la idea de adaptar el aparato administrativo del Estado Mexicano con las exigencias del desarrollo económico, político y social del país". (11)

La actividad del sector paraestatal de 1976 a 1982 no varió de manera importante, salvo el número de empresas públicas donde el Estado mantenía una participación mayoritaria de elevó a 1, 115.

Con el fin de que el gobierno contara con una instancia de coordinación y preparación de la información financiera de las empresas en proceso de venta, en julio de 1979 se creó la Comisión Intersecretarial Gasto Financiamiento constituida por las secretarías de Hacienda y Crédito Público, Comercio y Fomento Industrial, Trabajo y Previsión Social, Programación y Presupuesto y el Banco de México.

Además de "analizar la situación financiera que guardan las empresas y organismos públicos más importantes y de aquellos que presentan condiciones críticas, en colaboración con los coordinadores del sector y, en su caso, con las propias entidades se proponen las medidas subsecuentes para el destino de las empresas paraestatales". (12), esta comisión participa y participó de manera constante en el proceso de venta de entidades gubernamentales mediante la evaluación de su viabilidad dentro del proyecto económico.

Una de las últimas medidas espectaculares que José López Portillo tomó antes de dejar la presidencia, fue la nacionalización de la banca en septiembre de 1982. Este proceso marcó el inicio de una reforma y redimensionamiento del Estado, justamente en el periodo de transición sexenal.

(11) A. Carrillo Castro y S. García Ramírez. op. cit. p. 89

(12) *Diario Oficial de la Federación*. 29 de julio de 1979. p. 17

### **1.3 Miguel de la Madrid y el reconocimiento de la ineficiencia del sector paraestatal 1982-1988.**

Miguel de la Madrid Hurtado heredó de su antecesor un "obeso" y excesivo aparato estatal, que tuvo su mayor expresión en el elevado número de empresas en las que el Estado mantenía su participación con 1, 115, lo que para el entonces nuevo presidente llevó a cuestionar su eficiencia y a plantearse argumentos de productividad que verdaderamente justificaran su existencia, dado el grado de compromiso y respuesta a la atención de las necesidades sociales del país, en las postrimerías de una de las crisis más agudas que se han vivido en la historia moderna.

Una gran cantidad de empresas paraestatales no aseguraban la calidad en el producto o la prestación del servicio que se requería y entonces el Estado reconoció que el gasto presupuestal para la manutención de empresas ineficientes se tenía que reducir necesariamente.

En el Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988, se reconoce que las empresas públicas no cumplieron cabalmente con sus funciones de bienestar y atención a la población y preservar los recursos naturales estratégicos y prioritarios de la nación y que la ineficaz utilización de del sector paraestatal se debió a la incorporación de un número muy grande de empresas que no encontraron una justificación en los objetivos de política económica.

Ante el Congreso de la Unión en mayo de 1983, Miguel de la Madrid, constató en su programa de gobierno que "los objetivos económicos y sociales que justificaron la presencia de las empresas públicas no se ha logrado alcanzar con celeridad y con la consistencia debidas a pesar de que en los últimos años la economía ha logrado importantes avances" (13)

De la Madrid reconoció la ineficiencia de las empresas paraestatales así como el excesivo apoyo del Estado mediante la adquisición de éstas en periodos anteriores para salvarlas de la quiebra, preservar empleos y asegurar la producción nacional.

Este reconocimiento motivó al expresidente a reorganizar el aparato estatal mediante la venta de las entidades públicas, lo que permitió mejorar paulatinamente las finanzas públicas y obtener ingresos adicionales al presupuesto anual.

La reestructuración del sector público tuvo como fin que las empresas paraestatales

(13) M. de la Madrid Hurtado. "Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988". *Diario Oficial de la Federación*. p. 48

se dedicaran exclusivamente a aquellas actividades consideradas estratégicas y prioritarias, en las cuales el Estado tenía que consolidar sus objetivos históricos.

Aquellas entidades que no justificaran su pertenencia al sector público fueron sometidas a un intenso proceso de desincorporación a los sectores social y privado que se interesaran por ellas.

Si bien el proceso de venta de las empresas propiedad del gobierno no puede encasillarse, María Amparo Casar y Wilson Peres, así como Miguel Ángel Romero y Luis Méndez, éstos últimos en su artículo "La reestructuración del sector paraestatal", coinciden en señalar que para una mejor comprensión del mismo, se puede clasificar el proceso de privatización en cuatro etapas que cubren los años de 1983 a 1988. (14)

En la primera fase, que abarca de 1983 a 1984, el Estado vendió la participación accionaria que poseía en las empresas Vehículos Automotores Mexicanos, Renault de México y La Tabacalera Mexicana, canceló además tres proyectos y llevó a cabo la reestructuración de otras entidades.

El segundo momento inicia en febrero de 1985 con la venta de 85 empresas más, el estudio de venta de otras 16 y la liquidación de 31 empresas más, la transferencia a los gobiernos de los estados de 7 entidades y la venta de 44 compañías de participación estatal.

Este segundo periodo cerró con la venta de una de las compañías con mayor presencia dentro del sector público y una de las que se convirtieron en el símbolo de la desincorporación por la situación a la que había llegado: Fundidora Monterrey.

La tercera etapa se inicia precisamente con la declaración de quiebra de esta empresa. En esta etapa se ponen a la venta otras 36 compañías a principios de 1987.

El Gobierno Federal le dio un carácter conciliatorio al proceso de privatización, ya que se trataba de legitimar la función gubernamental ante el reconocimiento de la ineficiencia y la falta de productividad de las empresas del Estado, al respecto Miguel Ángel Romero y Luis Méndez opinan:

En términos políticos, el programa de desincorporación parece haber tenido un mensaje y destinatarios claves. La privatización esperaba producir efectos en la recuperación de la confianza y

(14) M.A. Romero y L. Méndez. "La reestructuración del sector paraestatal". México en la década de los ochenta: la modernización en cifras, p. 197-201

mostrar la voluntad del gobierno en el sentido de hacer operativos los criterios de definición de áreas entre los principales agentes económicos, fortalecer la posición de que el motor del desarrollo económico debe ser el empresariado nacional. (15)

En efecto, la intención del gobierno era la de apoyar al sector empresarial para que contribuyera más directamente en el desarrollo nacional, toda vez que el Estado, al ocuparse de cubrir posiciones económicas había dejado de lado la atención de las necesidades sociales de la población.

Además, la acelerada expansión de la injerencia directa del Estado en la economía durante el periodo 1970 a 1982 no se tradujo en una mejoría en el nivel de vida de los trabajadores y si fue uno de los elementos que provocaron la crisis en esos años, producto del alto déficit presupuestal del sector público que demandaba cada vez más recursos de los que generaba.

#### **1.4 La Reforma del Estado, la reorganización y la reducción del sector paraestatal y la administración de Carlos Salinas de Gortari.**

Carlos Salinas de Gortari, llegó a la presidencia en 1988 y con él trajo un programa de modernización en los ámbitos político económico y social, el cual tuvo en la reforma del Estado el principal argumento para replantear su función dentro de la economía.

En el Plan Nacional de Desarrollo 1988-1994, se habla ya de la necesidad de la modernización de la empresa pública, se le enmarca en un programa que contempla la modernización de las estructuras del Estado y en el que se afirma:

Se profundizará en la modernización de las entidades estratégicas y prioritarias, con claro criterio que evite confundir a las empresas públicas propiamente dichas con las entidades de servicio institucional, útiles para la prestación de servicios públicos o para realizar actividades promocionales y de investigación, cuya eficiencia y productividad no son siempre medibles en términos de rentabilidad financiera.

El principal argumento de Salinas de Gortari para llevar a cabo la reforma se encuentra en su concepción de Estado como promotor del bienestar social y defensor de la soberanía.

(15) *ibid.*

Carlos Salinas de Gortari escribió en un artículo, "...aun en condiciones de crecimiento y estabilidad económica, la capacidad eficiente del Estado, respecto a lo que se demanda de él estaría en entredicho. No solo por la complejidad de la demanda y el crecimiento poco ordenado del aparato estatal sino porque la concepción proveedora, exclusiva del Estado es de suyo inhibidora de las fuerzas sociales". (16)

Con esta afirmación el presidente reconoce que el Estado propietario se volvió incapaz de atender las demandas crecientes de una sociedad cada vez más exigente, donde el sector social demandaba más y mejores servicios públicos y que la planta productiva, sobrecogida por el Estado y por tanto, poco competitiva, no podía ofrecer.

En ese mismo contexto, enumera los elementos básicos para llevar a cabo una reforma estructural del Estado: concentración, ejercicio democrático de la autoridad, racionalización y fomento de la autonomía, privatización de empresas públicas no estratégicas ni prioritarias\* y canalización de los recursos de su venta a programas sociales.

¿Continuidad o verdadera modernización?, es esta quizá una pregunta que se hicieron diversos sectores de la sociedad en los primeros años de la administración salinista, pero que ahora se ve como un elemento cotidiano que inclusive ha sido retomado por otras naciones como la extinta Unión Soviética que solicitó la asesoría de funcionarios mexicanos de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para llevar a cabo un proceso de venta similar al que se realizaba en México.

El Estado no sólo conservará la presencia en aquellas empresas estratégicas, sino las que tienen a su cargo un recurso intransferible de la nación como son Pemex y la Comisión Federal de Electricidad, a las que se les dotará de una mayor capacidad productiva. Las empresas paraestatales que no sean consideradas como prioritarias para los intereses de la nación serán desincorporadas y sus recursos se destinarán a programas de atención social. (17)

Con ello, el presidente dio inicio a uno de los programas de privatización más importantes de la historia reciente de México, que se reconocería al interior del país y también en círculos internacionales. Este programa se llevó hasta las últimas consecuencias ya que durante la administración de Salinas de Gortari se

(16) C. Salinas de Gortari. "Reformando el Estado". Nexos, p. 28

(17) Ibidem, p. 29

\* Subrayado del autor

transfirieron al capital privado 280 empresas. Más allá de los logros obtenidos con este política, los costos sociales fueron muy altos debido a que la brecha entre ricos y pobres se ensanchó aun más y los niveles de desempleo crecieron de forma alarmante, lo cual se trató de forma infructuosa de aminorar con la creación del Programa Nacional de Solidaridad.

Entre las empresas desincorporadas durante la administración salinista destacaron Aerovías de México, Altos Hornos de México, Minera Cananea y los 18 bancos que años atrás fueron estatizados por José López Portillo.

El entonces jefe de la Unidad de Desincorporación de Empresas Paraestatales, Jacques Rogozinski, dijo que "la desincorporación ha contribuido a los propósitos de modernización de la industria y el ejercicio adecuado y eficaz de la rectoría del Estado, en la nueva realidad nacional e internacional del mercado y el fortalecimiento de la capacidad estatal para atender las demandas sociales de la población". (18)

En reiteradas ocasiones los funcionarios de la SHCP señalaron que el proceso de venta de empresas gubernamentales culminará con la administración de Salinas de Gortari, sin embargo hay aun señales de que ésta puede continuar más allá.

Los medios de comunicación estatales no escaparon a esta tendencia de modernización y redimensionamiento de las funciones del Estado y, como empresas controladas por la administración estatal entraron también al contexto de la desincorporación, en particular Canal 13 y el periódico *El Nacional*. Todo ello, dentro de un contexto en el cual el gobierno delineó lo que sería la nueva relación entre éste y las empresas de comunicación, política que pretendía en un sentido estricto hacer más claras y transparentes la difusión del quehacer gubernamental, mediante una supuesta amplitud de criterios que borrara con el pasado de servilismo y adulación, lo cual, si bien se trató de una decisión acertada, hasta la fecha no se ha logrado concretar.

### **1.5 El anuncio de venta de dos medios de comunicación estatales: Canal 13 y *El Nacional* .**

La decisión del gobierno de vender Corporación Mexicana de Televisión, que agrupa a los canales de cobertura nacional 7 y 13 y el periódico *El Nacional*, representó un parteaguas en la política económica mexicana y en la relación medios-Estado.

(18) *La Jornada*, 11 de noviembre de 1992. p. 38

Dentro de la estrategia de modernización se planteaba la necesidad de mantener la propiedad estatal de ambos, ya que hasta ese momento se habían convertido en dos de las empresas de comunicación fundamentales para difundir el quehacer estatal y darlo a conocer a la sociedad.

Además, en un contexto donde el régimen actual, por efectos de legitimación requirió al máximo canales de difusión que dieran sustento ideológico a sus acciones, debido a que los dos pilares de la comunicación pública fueron los medios de mayor peso para el Estado.

La venta del Canal 13 no sorprendió a muchos sectores, ya que se cuestionaban de forma reiterada el hecho de que el Estado tuviera la participación en un medio televisivo que en muy poco contribuía a dar al público una verdadera alternativa de comunicación ante el monopolio de la televisión privada, además de que la programación transmitida no justificó la función social por la que se mantenía la propiedad pública.

El estado nunca supo hacer televisión debido a que su modelo estuvo estructurado sobre la base de la empresa con la que pretendía competir en un lucha parecida a la de David contra Goliat. Tan sólo cuando la Corporación Mexicana de Televisión nació en 1972, producto de la intervención estatal para apoyar y diversificar la oferta televisiva, Televisa tenía casi 24 años de edad.

Sexenio tras sexenio el proyecto del canal estaba supeditado al director en turno, quien en su afán protagónico dentro de la administración pública utilizaba a la empresa como un trampolín político y por consecuencia ningún proyecto se consolidó.

La decisión de que fueran las manos del capital privado las que manejen los destinos de un diario que a lo largo de la historia ha jugado diferentes papeles en de la vida y política informativa del país de acuerdo a los regímenes que se sucedieron desde 1929 sorprende, pues hasta antes del anuncio de la venta de *El Nacional* se logró tener un público cautivo que comenzaba a ver al diario como una alternativa de comunicación a pesar de que se trataba del vocero oficial.

Poco a poco *El Nacional* ganó terreno dentro de un mercado de medios de comunicación impresos en la capital que ofrecen al lector pocas alternativas sobre puntos de vista críticos, información y análisis. La llegada de José Carreño Carlón al diario le dio un nuevo impulso y transformación en materia cualitativa y cuantitativa en sus 64 años de existencia.

Fuera de todo ello, uno de los principales argumentos de la desincorporación de ambos medios estatales fue el mismo que para todas las demás entidades públicas que se han privatizado: hacer del Estado mexicano una entidad más fuerte y eficiente, capaz de enfrentar las necesidades internas y también los desafíos externos mediante su transformación de propietario a solidario para atender las necesidades sociales.

El presidente Salinas de Gortari, delineó ante los trabajadores de la radio y la televisión, los principales argumentos del gobierno para desincorporar dos de los pilares de la comunicación estatal:

Al redefinir su papel dentro de la comunicación social, el Estado mexicano reconoce y alienta las demandas de participación y diálogo de una sociedad nacional compleja y plural; impulsa la competencia en beneficio de televidentes y lectores cada vez más exigentes y refrenda su confianza a los distintos grupos sociales para que administren de manera eficiente y productiva empresas que requieren de especialización, de constante actualización tecnológica, de una flexibilidad en su manejo, de una importante capacidad y disponibilidad financiera y de reglas precisas para desenvolverse en un mercado sumamente competitivo. (19)

El anuncio de venta de los dos medios de comunicación estatales marca un episodio importante en el proceso de desincorporación de empresas públicas; no se trata ahora de empresas productoras de bienes, sino de compañías que por su papel en la sociedad, además de desarrollar un rol de entretenimiento, tienen un impacto derivado de su carga política y de penetración ideológica en la comunidad.

Si bien en el caso de Canal 13 su venta se manejaba antes del anuncio oficial el 9 de abril de 1992, en el caso de *El Nacional*, (cuya venta se anunció el 2 de abril de 1994), fue distinto, sobre todo, porque se acercaban tiempos políticos, de sucesión presidencial que con un medio informativo de las características del diario en cuestión, más que su venta se antojaba su reforzamiento.

De forma sorpresiva, el gobierno anunció el 15 de marzo de 1993 la decisión de mantener la propiedad del Instituto Mexicano de la Radio (IMER), uno de los tres organismos públicos de comunicación del Estado que junto con la Agencia Mexicana de Noticias (NOTIMEX), no serán privatizados para que respondan a las funciones

(19) C. Salinas de Gortari. "Nuevo papel del Estado en la comunicación social". *El Nacional*, 9 de abril de 1992

esenciales que les confiere el Estado.

En primero momento se especuló sobre la inclusión de las radiodifusoras del Estado y de la agencia de noticias en el paquete de empresas públicas que serían desincorporadas. Sin embargo, no sucedió así y en un comunicado la Secretaría de Gobernación, cabeza de sector de ambas empresas, informó: "encaminado a lograr una mayor productividad y a transformarse en un medio de comunicación eficiente, el IMER, a través de sus 19 emisoras, preserva y refuerza sus acciones al servicio de la sociedad, bajo una estrategia de captación masiva de auditorios y renueva su papel estratégico en la comunicación nacional". (20)

Al igual que la agencia de noticias, el IMER, al permanecer dentro del aparato estatal tendrá que llevar a cabo un proceso de reestructuración, adelgazamiento y modernización que los llevara a establecer mecanismos de autofinanciamiento para reducir el subsidio federal y que ambas empresas sean capaces de generar recursos propios.

Aunado a ello, el gobierno mantiene aun la participación en el periódico *El Día*, el cual opera bajo el régimen de cooperativa pero que no funciona como tal.

Este diario se ha quedado rezagado ya que lejos de apoyarlo con recursos financieros, el gobierno disminuye los recursos y la modernización tecnológica brilla por su ausencia. No sorprendería a nadie que el periódico desapareciera o se decretara su liquidación y el mercado periodístico, sin duda, no se vería afectado sin *El Día*.

Con la decisión de venta de los más importantes medios de comunicación estatales, se abre una nueva era de información, entretenimiento y comunicación en México con la participación del capital privado y, por tanto, con la innovación tecnológica.

En este contexto, reviste importancia el discurso del presidente ante los sindicalistas del Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radio y Televisión (STIRT), ya que adicionalmente a éste no se dieron otros foros donde se planteara la necesidad de vender las empresas públicas de comunicación.

Salinas de Gortari dijo en esa ocasión:

Los medios de comunicación del Estado cumplieron, en su momento, con un importante papel en la conformación de la sociedad mexicana; por ejemplo, desde su fundación en 1929 y tras su incorporación al gobierno, *El Nacional* abrió sus páginas a las corrientes más progresistas de la época, que carecían de espacios en los medios hasta entonces existentes...En la década de los sesenta el Estado Mexicano incurrió también en el propósito de apoyar la diversificación de la oferta televisiva y logró constituir una importante cobertura a nivel nacional...Los medios de comunicación impresos y audiovisuales impulsados por el Estado, han tenido como fin esencial, el contribuir a enriquecer y ampliar las soluciones de la sociedad, pero hoy en día es ya la propia sociedad la que ha generado y sigue generando la diversificación de opciones, abriendo nuevos foros...pero esta redefinición del papel del Estado en el terreno de la comunicación, no significa que el Estado dejará de cumplir con sus compromisos y obligaciones en este terreno, por el contrario, ahora tendrá una mayor capacidad para cumplirlos. (21)

La capacidad del Estado para cumplir con los compromisos y obligaciones en materia de regulación de medios de comunicación a la que se refiere Salinas, tiene que ver con el papel que en teoría le corresponde, es decir, normar las relaciones entre el gobierno y sus instrumentos de ejecución como la administración pública y la propia sociedad que demanda de ellos, el cumplimiento cabal de sus funciones y el conocimiento de las mismas mediante la difusión masiva por los diversos canales impresos y electrónicos que existen.

(21) C. Salinas de Gortari. "Nuevo papel de los...". *El Nacional*, 9 de abril de 1992. p. 3

## **2. El Nacional: De la Revolución a la modernidad.**

Una vez que las fuerzas revolucionarias se disputaron el poder y lograron estabilizar la anarquía que vivió México de 1920 a 1930, se planteó la necesidad de conjuntar todas las corrientes en una sola directriz que diera la base para iniciar el desarrollo político, económico y social del país.

La fundación del Partido Nacional Revolucionario como entidad mediadora y de cohesión de las fuerzas políticas emanadas de la lucha armada y la batalla por el poder, representó la creación del proyecto nacional que dio vida a la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos.

Sin embargo, lejos de tratarse de un intento por establecer la unidad nacional, el partido se convirtió en la plataforma para erigir a Plutarco Elías Calles como el "heredero de la Revolución" y preparó el camino de lo que en la historia de México se conoce como el Maximato.

El ambiente político de esos años no era del todo grato; la lucha por el poder llevó a los diferentes grupos a excesos como el asesinato, la traición y la avaricia por el control del país.

En 1920 la gran tarea del grupo dominante, encabezado por Alvaro Obregón, Plutarco Elías Calles y Adolfo de la Huerta, fue la institucionalización de su sistema de dominación política y la reestructuración económica. En esa década, el poder de Obregón y Calles constituyó el eje central de la vida política del México. Su influencia se legitimó en los mandos altos y medios del ejército y en los pequeños grupos de poder regional representados por los caciques.

La sucesión presidencial de 1928 fue el punto de equilibrio entre las fuerzas políticas de la Revolución y se rompió por lo que a la postre fue su punto más débil: Alvaro Obregón.

Era evidente que el camino a la presidencia no pasaría por las urnas ni por un proceso electoral transparente, la violencia y la pugna entre los contendientes marcó el inicio de la institucionalización del poder.

El asesinato de Alvaro Obregón a manos de un fanático religioso, dejó el camino libre para el grupo callista que años más tarde marcaría el rumbo político del país con la creación del partido, como afirma Lorenzo Meyer:

Uno de los últimos actos de Calles en 1928 -y uno de los más trascendentes para la institucionalización del sistema político

posrevolucionario - fue anunciar la creación de un partido que agrupara a todas las corrientes de la heterogénea coalición gobernante: el Partido Nacional Revolucionario. La decisión fue tomada como una más de las varias medidas destinadas a paliar la crisis provocada por el asesinato de Obregón; pero ésta tuvo un propósito más a largo plazo. En su informe al Congreso el primero de septiembre de 1928, Calles señaló que era ya preciso concluir con la etapa caudillista e iniciar la construcción de un mecanismo que permitiera resolver pacíficamente la sucesión presidencial. El nuevo partido consistía en el primer paso...(22)

El surgimiento del PNR como coalición de todos los sectores posrevolucionarios representó un avance importante en la centralización del poder pues se convirtió en el cristizador de los postulados de la Revolución.

Así, el partido se vio en la necesidad de contar con un órgano informativo en el que se difundieran los postulados más importantes del movimiento social de 1910 y que además fuera una plataforma para dar a conocer de manera masiva las políticas, programas y planes de gobierno, además de ser el vocero oficial ante los ataques de diarios ya consolidados y con una fuerza política e influencia tan importante en esos años como lo fueron *El Universal* y *Excelsior*, fundados en 1916 el primero y 1917 el segundo.

El programa adoptado por el PNR en 1929 respondió a las necesidades del grupo en el poder, ya que dio un especial énfasis en la demanda de iniciar un programa de unidad nacional entre individuos, fracciones y clases, con lo que se daba inicio al paternalismo estatal tan criticado hoy en día.

Luego de la desaparición de Calles del escenario político en 1935, la figura del presidente Lázaro Cárdenas quedó como la de jefe indiscutible de la coalición revolucionaria y toda posibilidad de distanciamiento entre partido y gobierno desapareció para dar paso a una relación más estrecha y de colaboración.

*El Nacional Revolucionario*, órgano informativo del PNR se convirtió en el instrumento partidista para dar a conocer los postulados del instituto político, abrir espacios en la sociedad a las diferentes candidaturas que se sucedieron después de Lázaro Cárdenas, la tribuna desde donde se atacó y se aduló, el vocero del quehacer revolucionario ante la sociedad.

(22) L. Meyer, "El primer tramo del camino". Historia General de México. p. 1193

### 2.1 Surgimiento de *El Nacional Revolucionario* como órgano informativo del PNR.

A dos meses de creado, el PNR "parecía un partido lo suficientemente dominante como para garantizar la aplicación de un proyecto callista. Se le daban ya los medios necesarios para que poco a poco aplicara los medios necesarios para ampliar su influencia. Había sido concebido desde su fundación el 27 de mayo de 1929, como un poderoso aparato ideológico estatal, pero en el curso de sus primeros años de vida no lo había sido más que potencialmente". (23)

Uno de esos medios fue sin duda *El Nacional Revolucionario* que en lo sucesivo se dedicaría a legitimar ante la sociedad y la opinión pública los objetivos y alcances del nuevo proyecto de la Revolución. Sobre todo si se toma en cuenta que una de las funciones principales que tienen los medios de comunicación en general y los diarios, en particular, es responder a los intereses de los grupos políticos o económicos que los detentan para legitimar las acciones de Estado y de gobierno, el papel del periódico partidista vino a llenar un vacío que se percibía en la prensa de las postrimerías de los años veinte.

El órgano informativo del PNR nació el 27 de mayo de 1929 para convertirse en el medio de expresión de las diferentes corrientes ideológicas emanadas de la Revolución, pero principalmente para presentar al partido como el unificador de la nación.

Desde el nuevo periódico, la lucha que por años se dio en los campos de batalla se trasladó al terreno de las ideas, donde muchos periodistas marcaron con sus plumas el rumbo y el proceder de una figura principal: la de Plutarco Elías Calles.

La explotación de la imagen del "caudillo" en el periódico, llegó a grado tal que uno de sus directores, Luis L. León, lo bautizó con el sobrenombre de "jefe máximo", convirtiéndose este hecho en uno de los primeros antecedentes de lo que a la postre sería una de las funciones esenciales del rotativo: adulación a la imagen presidencial y sus instituciones y servilismo político.

Además, el hecho de que el partido tuviera su propio medio de comunicación no fue bien visto por otros diarios que ya habían ganado un cierto prestigio en la sociedad por su posición crítica ante la formación del PNR y la institucionalización del poder.

En su primera plana, el nuevo diario publicó a ocho columnas: "Inició ayer su campaña Ortiz Rubio", con sumarios que no se alejan mucho de la realidad actual: "Una vibrante profesión de fé revolucionaria" o "Entusiasta recepción en Pachuca, millares de

(23) L.J. Garrido. El Partido de la Revolución Institucionalizada. p. 135

personas de todas las clases sociales aclamaron al candidato popular".

Si se toma en cuenta que como género la nota informativa se encarga de dar a conocer un hecho novedoso y de interés general, el diario cumplía cabalmente su función, aunque su información tenía un sello de adulación. Adicionalmente, las opiniones vertidas en sus páginas en forma de editoriales o artículos de opinión, jugaron un papel muy importante en la conformación del nuevo proyecto de la Revolución.

En plena campaña política encabezados como el anterior no faltaron y además se convirtieron en la materia prima más recurrente de los editores del diario ante una situación novedosa, donde lo nuevo precisamente fue el servilismo y acarreo de los sectores sociales ante los nuevos personajes políticos.

En su editorial del 31 de mayo de 1929, *El Nacional Revolucionario*, escribió:

Un programa político puede contener garantías para los intereses de todos: intelectuales, burgueses y proletarios. Ortiz Rubio cuenta con la adhesión de todas las clases sociales, incluida la burguesía, que, calculadora y práctica ha entendido que el programa de la Revolución es de una justicia tan clara que sería insensato no reconocerlo, además de que es garantía de tranquilidad y orden, cosa de vital interés para los burgueses.

Al abrirse la campaña presidencial, el naciente periódico dio una importante cobertura a defender la colaboración de clases y se olvidó de las reformas contenidas en el programa revolucionario. Además, sus páginas editoriales se dedicaron en gran medida a evidenciar el carácter disolvente de la oposición y a ensalzar al PNR como el "unificador de la nación".

En ese mismo mes de mayo de 1929, el órgano informativo del PNR, arremetió contra el movimiento de José Vasconcelos, "...puede a voluntad, cada vez que el ambiente del momento se lo dicta, presentarse como un radical furioso o como defensor de viejos temas clericales".

En su administración el periódico tuvo la influencia del callismo, esto era lógico para un medio que pretendía, en primera instancia, ser el instrumento por el cual el grupo dominante diera constancia de su ideología y convertirse en el medio por el que se legitimaran las acciones y hechos del gobierno, criticados por otras voces.

En su aparato administrativo, hubo dos de los más importantes grupos callistas: Basilio Badillo, del ala moderada y que ocupó la dirección y Manlio Fabio Altamirano, reformista que se desempeñó como gerente general del diario.

Basilio Badillo fue considerado como uno de los ideólogos del PNR; además de insistir en las políticas del partido, vio la necesidad de integrar al partido en un contexto social donde gran parte de la población era todavía rural y con una muy incipiente clase media que tomaría su auge con el desarrollo industria de la década de los cuarenta y que tendría como base la consolidación del corporativismo surgido de la política de masas del cardenismo.

La actitud moderada de Badillo lo llevó a plantear la necesidad de que el nuevo proyecto de la Revolución se consolidara sobre la base de los preceptos de la Constitución de 1917 y "por lo mismo veía en la continua intervención de Calles y de su grupo en los asuntos políticos y administrativos, un obstáculo no sólo para la buena marcha del gobierno sino para la consolidación del partido". (24)

Como cualquier nuevo proyecto, el inicio de *El Nacional Revolucionario* fue un tanto incierto por las precarias condiciones económicas en las que nació, los ataques de la prensa ya consolidada, cuyos dueños y fundadores no vieron con buenos ojos la creación de un periódico de partido luego de la revuelta armada y a esto hay que sumar la falta de credibilidad al interior del PNR sobre la necesidad de tener un órgano de información, todos ellos fueron obstáculos que se tuvieron que salvar en el inicio.

El hecho de que el diario saliera a circulación en el mismo momento en que Pascual Ortiz Rubio iniciaba su campaña política, no fue coincidencia sino un hecho bien planeado para hacer sentir el peso y la voz de los "herederos de la revolución".

Las condiciones económicas del país y del PNR, se reflejaron cuando el diario vio su primera luz, "en un antiguo garage, ubicado en el número 36 de la segunda calle de Victoria, en el centro, se acondicionó lo que habría de ser su primer local. Ahí se hicieron caber prensistas, linotipistas, correctores, cajistas...todos. Tres linotipos destartados y una rotativa Duplex, a la que por algo los trabajadores bautizaron como La Heroica, constituían la parte fuerte del equipo". (25)

El carácter político del diario fue explícito desde su primer editorial, escrito seguramente por Badillo, en el que además de describir la función social del diario, los postulados del PNR estuvieron presentes:

(24) Ibid. p. 144

(25) J.L. Gutiérrez. Un diario para la Revolución. p. 237

*El Nacional Revolucionario* es el único diario político en la República, su labor política de más alta trascendencia es representar a la Revolución en los amplios debates de la opinión, a plena franqueza... en la hora en que la Revolución ha dejado las armas, consumada su victoria. La amplia zona de la opinión pública que domina el partido, justifica la aparición de este órgano informativo para expresión del sentir y de los propósitos políticos de esa gran mayoría de ciudadanos mexicanos. En el campo de las luchas político-electorales no existen grupos fuertes que puedan aspirar a la representación general de la opinión pública con tanto derecho como el Partido Nacional Revolucionario. (26)

Además de que el periódico nació y se desarrolló como una parte más del partido, es innegable la estrecha relación que mantuvo durante años con los dirigentes del PNR, de quienes estaba colmado de información.

En los primeros meses de vida del medio partidista los diarios de circulación nacional se coludieron para tratar de obstruir la distribución de *El Nacional Revolucionario*, lo que evidenció la pugna entre los periódicos conservadores y el medio que nunca ocultó su posición política.

Sin embargo, desde su inicio este diario estableció la necesidad de hacer política de cara a la sociedad, era obvio al tratarse de un órgano partidista, en el que antes de la información cotidiana o de interés general estaba el carácter político de los hechos, el compromiso de legitimación de su proyecto y el espacio por el cual se ventilaban las opiniones y argumentos de la corriente dominante. Quizá uno de los principales objetivos del diario fue el de tratar de convencer a la sociedad sobre la viabilidad del proyecto callista, función que en lo sucesivo marcaría el rumbo y la razón de ser del periódico y los identificaría como un elemento esencial en la triada Gobierno-Prensa-Partido.

## **2.2 *El Nacional Revolucionario vs Excelsior y El Universal* .**

Desde un inicio, un proyecto político va a sufrir las dificultades de enfrentarse a un poder ya constituido con anterioridad, en una lucha de fracciones y, más allá, de ideologías que pretenden ser dominantes en un contexto de inestabilidad; precisamente

(26) *ibid.* p. 225

fue a eso a lo que se enfrentó el grupo surgido de la Revolución.

Difícil fue para un medio de comunicación que trató de dirigirse a las masas y a las clases más desprotegidas, tratar de sobrevivir a la competencia económica y política de los diarios ya consolidados y con gran influencia en la opinión pública.

Calles quiso desde *El Nacional Revolucionario* romper con la estructura de poder ya establecida a lo largo del porfiriato, representada en sus secuelas, por los intereses que estaban detrás de dos de las empresas periodísticas más importantes del país en ese momento: *Excelsior* y *El Universal*.

Por ello, el diario partidista se empeñó en dejar constancia de ese carácter, el cual no se manifestó en esos periódicos. Esta posición llevó a la prensa consolidada a tener un conflicto con el diario revolucionario y entre junio y agosto de 1929, los grandes diarios no tomaron partido de la situación política imperante en esos años, sino que boicotearon la distribución y circulación del medio partidista, que en esos años se repartía por correo, en complicidad del Sindicato de Voceadores y Expendedores de la Ciudad de México\*, sobre todo porque existía ya una creación de intereses económicos y políticos de ambos periódicos que contravenían la posición empresarial y conservadora de sus dueños al tener la presencia de uno que manifestó abiertamente su posición y que respondió a los intereses de un grupo antagónico a los ya consolidados y cuya herencia se remonta al porfiriato.

Se trató de una estrategia de los "zares del periodismo" para impedir la difusión de un diario que sí tenía un compromiso político muy claro con el gobierno y el partido; algo escandaloso para esos años. No obstante ello, lo que debe quedar claro es que *El Nacional Revolucionario* nació precisamente del partido.

Además de que el matutino surgió y se desarrolló como una parte más del partido, su tendencia se vio influida por las decisiones, planes y estrategias del PNR respecto a la política nacional y los programas presidenciales emanados de esta instancia.

La posición del periódico respecto a la de sus competidores fue clara: responder a los intereses del partido mediante la exaltación de los valores políticos hacia la sociedad como democracia, igualdad y justicia.

El boicot que instrumentaron los grandes diarios se prolongó por tres meses, hasta

\* José Luis Gutiérrez, en su libro Un diario para la Revolución, menciona la existencia de una organización de voceadores agrupados en un sindicato que controlaba la distribución de los diarios en la capital hacia finales de la década de los años veinte y que es el antecedente de la Unión de Voceadores actual.

que el entonces senador por el PNR, Gonzalo N. Santos, propuso la incorporación de 300 desempleados con el que se formó su propio cuerpo de voceadores.

Así, en agosto de 1929 el boicot se terminó y en respuesta a esta actitud, el diario partidista dio a conocer en la primera plana de su primer ejemplar voceado, el convenio secreto entre José Vasconcelos y el gerente de *El Universal*, Lanz Duret.

De aquí en adelante las relaciones entre los periódicos comerciales y el órgano partidista quedaron marcadas por la lucha informativa, pero más allá de ella por la batalla política y de provocación que se evidenció en las notas informativas y artículos de opinión publicados.

La posición del periódico era muy pragmática: responder a las necesidades no atendidas por los otros medios y bajo este esquema dar a la sociedad una cuota política en su información, aunque de forma limitada ya que en esa época el porcentaje de la población que sabía leer era muy bajo. En su editorial del 19 de junio de 1929 escribió:

*El Nacional Revolucionario* es el primer diario que viene a demostrar que el pueblo puede sostener un diario suyo, viable y a precio accesible y eficiente como órgano de expresión del complejo todo de la vida moderna. En lo sucesivo va a demostrar su capacidad de vencer en la más ruda competencia de los grandes del diarismo mexicano.

Esta reacción a los ataques de la prensa comercial no fue la única, en agosto de 1929 los ataques fueron abiertos y profundos: "El PNR está dispuesto a combatir con firmeza a *El Universal* y *Excélsior* hasta vencerlos definitivamente...no nos interesa el boicot que nos han declarado: nos haremos oír por nuestro propio periódico".

Inmediatamente a este anuncio, se acordó dotar a *El Nacional Revolucionario* de los adelantos más importantes en materia de infraestructura y convertirlo, como decían sus propios administradores y directivos, "en el mejor periódico de la República"; se introdujeron nuevas rotativas, hubo cambios de oficinas, a una de las rotativas se le bautizó con el nombre de Alvaro Obregón, se adquirió nuevo mobiliario y los departamentos de linotipos, tipografía y formación se remodelaron. Para lograr todo esto, el diario tuvo un importante apoyo gubernamental, fue en suma, su primera gran modernización.

La aventura de dotar al diario con lo más novedoso en materia de tecnología le costó al PNR 115,000 pesos en cuotas y aportaciones de sus afiliados, además de los

recursos generados por la organización misma, según consta en información de la gerencia de *El Nacional Revolucionario*, publicada el 4 de febrero de 1930. (27)

Después de varios estira y afloja, el boicot fracasó debido a que ambos diarios no estaban en condiciones de jugar un papel de importancia a la hora de dirimir disputas al interior del Estado y no en una simple pelea por ver quién era el mejor del país.

De hecho el propio PNR tomó una posición al respecto, ya que el diario se estaba convirtiendo en una especie de catalizador de las diferentes pugnas internas a lo largo del país, así publicó el 30 de mayo de 1931:

...con frecuencia los políticos de las entidades federativas como cuando dirimen cuestiones locales, demandan espacio en *El Nacional Revolucionario*. Como órgano del PNR, no puede en la inmensa mayoría de los casos, conocer de estas contiendas. No podemos ocuparnos de los asuntos a los cuales nuestro partido no haya dado una solución o marcado una norma. Sin la autorización del PNR no volveremos a publicar ataques o defensas relacionadas con actividades políticas en la República.

### 2.3 El diario como medio de expresión de las voces de grupos.

Desde su creación, *El Nacional Revolucionario*, que años más tarde cambiaría su nombre a simplemente *El Nacional*, no negó su carácter partidista de ser la tribuna de un grupo político emanada de la Revolución y que aglutinó a las fuerzas sociales y políticas en una institución que perdura hasta nuestros días. Fue, en suma, el primer diario comprometido con un proyecto político reconocido en la historia reciente del país.

A lo largo de la historia, los medios de comunicación, en especial los periódicos se han convertido en los voceros de las diversas posturas y grupos sociales, políticos y económicos que los han utilizado como instrumento de legitimación de sus acciones y como vehículo para el cumplimiento de sus fines.

Además de este papel, que va más allá de lo reconocido socialmente, los diarios tienen dos funciones específicas: informar, opinar y entretener y ser fuentes primarias que apoyan y acrecentan la memoria de la humanidad. (28)

(27) Cfr. J.L. Gutiérrez. op. cit. p. 243

(28) I. Lombardo. Lecciones de periodismo (estudio introductorio). p. 16

Un periódico, para dar una definición práctica, es la hoja impresa que se difunde con cierta periodicidad y en un número considerable de ejemplares, con el objeto de llevar el conocimiento de hechos, ideas y opiniones.(29) Aunque es preciso decir que esta "hoja impresa" se ha transformado y su verdadero valor como periódico estriba en el hecho de que se ha convertido en un volumen configurado por diversas secciones que le dan precisamente unidad.

A nivel de su función social, algunos autores afirman que el periódico "es una institución de carácter público que busca y recoge la noticia, la analiza y la trasmite" (30), además de ser una empresa mercantil que procesa los hechos en noticias de interés general y trascendencia social.

Según Fátima Fernández Christlieb, la historia de los grandes periódicos mexicanos ha sido la de ser tribuna de diversos grupos:

La trayectoria de los grandes periódicos mexicanos señala que el principal papel asumido por todos ellos, a través de épocas diferentes, es el de ser tribuna de expresión de grupos y facciones. Esto no excluye que los diarios hayan cumplido y cumplan, otro tipo de funciones, como publicar noticias, difundir cultura o entretener a los lectores. Sin embargo, consideramos que la historia de la prensa mexicana ha sido la de ser vocero de grupos de poder. Nos centramos en este enfoque, partiendo de que consideramos a la gran prensa de la ciudad de México como un conjunto de órganos que jerarquizan las creencias e informaciones generadas o emitidas por quienes tienen determinado poder político o económico para dirigirlas a un público lector. (31)

Es decir, el periódico de acuerdo con la opinión de la investigadora se concibe como un conjunto de mensajes implícitos y estructurados que son la expresión de los valores de un determinado grupo que sustenta la posesión de esos medios y que da origen a comportamientos y actitudes de éstos frente a problemas sociales, económicos o políticos.

A la luz de la evolución que la prensa ha tenido en México, se puede observar que han respondido a diferentes intereses de grupo o particulares, en los que quizá uno de

(29) D de Gregorio. Metodología del periodismo, p. 37

(30) J. Calvimontes y Calvimontes. El periódico, p. 26

(31) F. Fernández Christlieb. Los medios de difusión masiva en México, p. 30

los más representativos es lo sucedido con *El Nacional* y *Excélsior*, quienes desde hace más de 60 años, el primero y 25 el segundo, han presentado posiciones antagónicas y complementarias dentro de su comportamiento en el mercado periodístico nacional y, en especial, en su relación con el gobierno.

Si bien se puede definir a *El Nacional* como el órgano informativo del gobierno mexicano y por lo tanto con un carácter oficial, al dar a conocer los puntos de vista y la posición de las autoridades frente a un hecho, función que le confiere precisamente el pertenecer a la administración pública y tener como cabeza de sector a la Secretaría de Gobernación, a *Excélsior* se le ha identificado como un diario "oficialista" por la postura que ha guardado frente a ciertos hechos y las relaciones que ha establecido a las que le podemos llamar extralaborales, ya que cuando el gobierno quiere dar a conocer o difundir un hecho, además de tener a su propio periódico tiene a los demás voceros de la iniciativa privada a los que premia con la primicia de la información o las "exclusivas", con lo que hace valer ese carácter con el que se le ha conocido a últimas fechas.

La historia de la prensa mexicana ha sido la de las relaciones ocultas y a la vez explícitas entre los grupos que detentan los medios y el gobierno, Raúl Trejo Delarbre señaló al respecto que "el encarecimiento del papel, las restricciones que no dejan de existir para la distribución, el hecho de que muchos diarios son propiedad de empresarios y la persistencia de una relación que yo llamaría perversa entre la mayor parte de los medios escritos y el gobierno federal, siguen siendo impedimentos para que la prensa sea auténticamente libre". (32)

#### **2.4 *El Nacional* y su incorporación al aparato público como empresa paraestatal.**

Consolidadas las instituciones, terminada la lucha armada y de facciones, iniciado el proceso de industrialización del país con la adopción de un modelo de economía mixta y protegida por la intervención del Estado, la administración de Manuel Avila Camacho tuvo dos características principales: la culminación de la etapa caudillista y el excesivo proteccionismo estatal en el aparato productivo.

En este sentido, la creación de empresas paraestatales para responder a los preceptos constitucionales de administrar con eficiencia y carácter social los recursos de

(32) R. Trejo Delarbre. Citado por R. Cordera Campos. "Prensa poder y sociedad". *Nexos*. p.25

la nación, se dio en casi todas las ramas de la actividad productiva que estuvieron protegidas de la competencia externa en una economía que respondió a los intereses nacionales de la época como la preservación de empleos, salarios, producción y servicios.

Avanzada ya la institucionalización del PNR, consolidado y en vías de convertirse en un partido de masas, cuya consolidación en la etapa cardenista arrastró multitudes y aglutinó a los sectores laborales corporativistas, se transformó en el Partido de la Revolución Mexicana.

En este contexto, el órgano informativo del partido sufrió algunos cambios, aunque no de fondo si de forma, que lo llevaron a convertirse en la voz de los trabajadores bajo el nombre de *El Nacional* que durante la presidencia de Lázaro Cárdenas exaltó sobremanera los valores nacionales, la lucha sindical y las reivindicaciones de la clase trabajadora, sin dejar de rendir tributo a la figura del ejecutivo y a las instituciones; el título de *Revolucionario* que desde su fundación identificó al diario desapareció.

Las relaciones que se establecieron entre el diario, el partido y el gobierno llegaron a grado tal que el diario partidista fue reconocido por el poder ejecutivo como el órgano oficial del gobierno mexicano: sin embargo, este hecho no sorprendió a muchos ya que algunos sectores de la sociedad relacionaron al diario desde el inicio de la administración de Avila Camacho con la imagen del poder presidencial más que con la ideología partidista.

Aunque es preciso recordar que en la etapa cardenista, se fundó el periódico *El Popular*, órgano de la Confederación de Trabajadores de México (CTM), como el canal de difusión, que no oficial, pero que tuvo un papel importante en la conformación de un movimiento obrero en gestación y que no cubrió el todavía rotativo del PRM.

Como una forma de terminar con el legado revolucionario y en un ánimo de darle una relación más dinámica al modelo de desarrollo industrial que se comenzó a dar en esos años, *El Nacional* se vio inmerso en una nueva situación de propiedad, que si bien no modificó su política editorial, sí fue importante como reconocimiento de una relación prensa-gobierno-partido que no se podía ocultar más.

En los inicios de la década de los cuarenta, el sector público comenzó a tener una importancia inusitada, pero también imprescindible, porque "asume una posición central en la economía con clara tendencia hacia la promoción económica utilizando una gran diversidad de instrumentos: política impositiva y comercial favorable, trato preferencial a

las llamadas industrias nuevas y necesarias...se calcula que en la década de los cuarenta el crecimiento económico de la economía fue del 4.5 por ciento".(33)

Durante la gestión de Avila Camacho, la administración pública en general se extendió de forma rápida, situación explicable por la estabilidad política alcanzada y por la tendencia hacia la centralización de la vida nacional. Las movilizaciones políticas de grandes masas habían pasado y en su lugar se presentaron reacomodos de esas fuerzas en estructuras controladas burocráticamente, lo que provocó que la vida nacional comenzara a caer dentro de un proceso de burocratización.

De esta forma, en un marco donde el Estado mexicano hizo llegar su intervención y en todas las áreas productivas y sociales mediante la creación de un aparato gubernamental y empresarial, *El Nacional* no escapó a esta tendencia.

El proceso de burocratización que vivió el país como producto del crecimiento y expansión de la administración pública, no sólo se dio en las empresas paraestatales del sector industrial, sino también a las de servicios, sobre todo si se toma en cuenta que ya para esa década el aparato político institucional se había consolidado ya con la presencia de un partido que agrupaba a los diferentes sectores sociales y que demandaba una relación más estrecha con la sociedad, el abrigo al diario como parte del sector público fue el reconocimiento de la inseparable relación prensa-gobierno, lo que llevó a la gestión avilacamachista a reconocer públicamente el íntimo contacto entre *El Nacional*, el PRM y el gobierno.

Sin que quedara constancia alguna en cualquiera de los documentos oficiales, el primero de enero de 1941 el gobierno amaneció el nuevo año con su flamante vocero oficial.

Por decisión del propio Manuel Avila Camacho, el hasta entonces órgano informativo del PRM, se sumó a la ya larga lista de empresas paraestatales en manos del Estado dentro de una política industrial incipiente y protegida de la competencia exterior, como el periódico oficial del gobierno mexicano.\*

La voz del partido se convirtió entonces en la voz autorizada del gobierno. La relación que hasta ese año se estableció entre el partido y el gobierno fue tan evidente que

(33) J. Fernández Santillán. op. cit. p. 45

\* Cabe mencionar que en este caso se consultó el *Diario Oficial de la Federación* de una semana antes y después del primero de enero de 1941, así como archivos de la Secretaría de Gobernación, pero no se encontró notificación oficial alguna.

ninguno de los diferentes sectores de la sociedad lo pudo negar.

Al no darse a conocer dentro de ninguno de los medios oficiales, particularmente el *Diario Oficial de la Federación*, el medio idóneo para la difusión de los acuerdos gubernamentales, la decisión unilateral de Avila Camacho de incorporar a *El Nacional* al aparato público dejó muchas dudas en el aire y dio pie a ciertas suspicacias.

¿Qué fue lo que llevó al entonces presidente de la República a tomar una determinación fuera de los cauces normales?, ¿existió un pacto no escrito para que el diario continuara siendo del partido bajo la subvención estatal para pagar cuotas de poder dentro del PRM, las cuales pudieron extenderse hasta la época moderna?, ¿fue ésta una medida política para desviar la atención respecto al constante cuestionamiento de las íntimas relaciones entre el partido y el gobierno?, son algunas dudas que aún permanecen al analizar el tema y descubrir que la decisión del general Avila Camacho no quedó asentada en ninguna instancia oficial. Al parecer, el hecho de que fuera el propio Estado quien auspiciara la modernización del diario en la década de los treinta para hacer de él un órgano más competitivo frente a los grandes diarios nacionales, da la señal de que lejos de ser un órgano de partido era ya desde entonces un medio del propio gobierno, desde el cual se trató de abrir espacios para la ideologización de los diversos sectores sociales que se adherían a la plataforma política del partido y en el cual se preparaba todo el montaje para el seguimiento de las diferentes campañas políticas.

Al ser la función más importante del diario dar a conocer los planes y programas partidistas, en una primera instancia y después las acciones de gobierno, su relación con el ejecutivo no pudo ser más evidente.

En el editorial de ese primero de enero de 1941, *El Nacional* escribió:

Al iniciar *El Nacional* esta tercera etapa de trabajo, después de cerca de doce años de señalada actuación en la vida política del país, por acuerdo del Presidente de la República asume un plano superior al convertirse en la voz autorizada del Gobierno de México. En las etapas anteriores, *El Nacional* había contado con la confianza de los diversos regímenes que desde 1929 dirigieron la marcha del país, y aunque sin tener un carácter oficialmente reconocido, siempre se le estimó como un vocero y colaborador efectivo de los poderes públicos.\*

\*subrayado del autor

La disposición de incorporar al diario al aparato gubernamental en plena expansión, fue simplemente eso: una decisión vertical que no quedó asentada en ningún documento oficial.

Con esta medida el periódico pasó entonces a depender de la Secretaría de Gobernación, la cual inmediatamente le asignó un objetivo como empresa pública: difundir las noticias nacionales e internacionales, así como los planes, programas y actividades del Gobierno Federal.

En el mismo editorial del primero de enero de 1941, se delinearon también algunas de las actividades a las que se abocaría el diario:

*El Nacional* estará, en su papel de órgano de estado, al servicio de las causas populares, cuyo triunfo se impuso como meta la Revolución Mexicana y actuará en pro de los más nobles principios de la humanidad, la soberanía de los pueblos y la libertad individual, la cultura y la civilización... (además) señalará las anomalías y deficiencias que se opongan a los propósitos de superación que animan la obra del régimen...

El reconocimiento de la relación *El Nacional-Partido-Gobierno*, marcó el rumbo para que en lo sucesivo el diario se convirtiera en un trampolín político para que sus directores, quienes la mayoría provenían de las filas del partido, pudieran responder a los intereses del presidente en turno para que del diario pudieran acceder a otro puesto que les asegurara su futuro político en el sistema.

El periódico, como muchas otras empresas que pasaron a ser parte del aparato gubernamental durante los años cuarenta, enfocó su actividad principal a la exaltación de los valores nacionales mediante la difusión de los principales logros sociales de la Revolución, por lo que su papel de gestor de la vida pública, le dio y le daría en las etapas subsecuentes, un papel preponderante en el proyecto nacional.

## 2.5 Los cambios de poder: 16 directores\*

Hombres del partido, se sirvieron de él pero también sirvieron a él en los momentos en que *El Nacional* se convertía en la "voz" del candidato en turno durante los procesos de sucesión presidencial o en la del mismo partido que a lo largo de su historia ha tomado muchas formas, PNR, PRM y PRI de acuerdo a su evolución histórica.

El pasado, el presente y el futuro del director en turno dependía de su relación con el presidente y a su vez, en un sentido más estricto, de lo que ofreciera al diario dentro del marco de la política nacional y el proyecto de país que delineara.

En la historia política la relación partido-gobierno es un binomio que a nadie engaña, el PRI es el gobierno y viceversa y, por tanto, todas las acciones del quehacer público, sean partidistas o gubernamentales, deben tener difusión para mantener a los diferentes sectores sociales informados sobre las acciones del régimen en turno. Bajo esa premisa *El Nacional* sirve y sirvió para que el presidente y el partido desplegaran sus intereses en un afán protagónico con el fin de legitimar sus actividades.

Los medios de información como legitimadores de una determinada acción gubernamental, deben cumplir una función social pues son el enlance entre la sociedad y el Estado, un esquema sencillo que se ha repetido a lo largo de la historia de la institucionalización del poder.

Dentro del tejido social, "una acción del Estado tiene repercusiones en la totalidad social. El ámbito económico puro o jurídico puro no existen, lo jurídico y lo económico son abstracciones" (34). En este sentido, las acciones de gobierno no pueden tener ninguna repercusión social si no existe un vehículo que las difunda, que las dé a conocer con un sentido de trascendencia dentro de la sociedad.

Así, los medios de comunicación y en particular el periódico se convierte en el instrumento más idóneo para crear un clima de opinión al interior de la sociedad, es decir, es la vía por la cual se puede tener una mayor profundidad en la sociedad de un determinado hecho.

Sin embargo, no hay trascendencia social de un medio sin el compromiso político de

\* Para este apartado se consultaron el *Diccionario Enciclopédico de México*, los libros de la serie *El Nacional en la Historia de México* y ejemplares del diario de las diferentes épocas a las que se hace referencia desde 1929 hasta 1992.

(34) F. Reyes Heróles. Ensayo sobre los fundamentos políticos del Estado, p. 28

sus directores, dueños y funcionarios, los cuales se ha visto, responden a intereses creados dentro de la vida del país.

Ligados al poder, unos por convicción y otros por interés, los directores de *El Nacional* han sido y fueron los hombres del presidente en turno, desde que el diario vio su primera luz hasta la actualidad.

Muchos personajes de la vida pública utilizaron al diario como un trampolín político, en su paso durante o después de ejercer algún puesto dentro de la administración gubernamental, sea gobernador, diputado, senador o secretario de Estado, o bien, en otros casos el periódico se convertía en el refugio de viejos políticos.

Políticos, intelectuales, maestros y periodistas surgidos todos de las filas revolucionarias o de la militancia del partido, los directores del diario del gobierno contribuyeron a su manera y dentro de las circunstancias políticas y económicas del país a legitimar las acciones del gobierno y el partido.

En los 63 años que abarca el periodo de análisis de los directores de *El Nacional*, desde Basilio Badillo hasta José Carreño Carlón, las páginas no escritas del poder marcaron el paso de 13 presidentes y 16 directores que actuaron en una relación casi simbiótica no sólo por la dependencia económica del diario en relación al gobierno, sino también por la relación que de ahí se estableció entre la prensa y el Estado.

### **2.5.1 Los hombres de Plutarco Elías Calles.**

Basilio Badillo, director fundador de *El Nacional Revolucionario*, dio vida al proyecto de formar un órgano de información partidista surgido de la Convención de Querétaro y que fuera el encargado de dar seguimiento y difusión a los postulados de la Revolución. Hombre de Plutarco Elías Calles, además de haber sido profesor, diputado, gobernador y diplomático entre 1919 y 1929, fue director de *El Monitor Republicano*, desde donde impulsó la candidatura de Alvaro Obregón.

Durante su gestión como director del diario partidista, Badillo no dejó del lado su compromiso con el PNR, en su primer editorial el 29 de mayo de 1929 escribió:

...en el campo de las luchas político-electorales no existen grupos fuertes que puedan aspirar a la representación general de la opinión pública con tanto derecho como el Partido *Nacional Revolucionario*...La Revolución -como ha in-

terpretado el general Calles- desea rectificar sus procederes y ceder franco paso a todas las aspiraciones de los partidos políticos.

Más tarde, su condición de fundador del partido y redactor de los principios ideológicos del mismo, lo llevarían a la secretaría general del PNR, cargo que ocupó entre febrero y abril de 1930 para cederlo a Emilio Portes Gil.

En la intensa lucha que se dio entre finales de 1929 y septiembre de 1930 por el control del partido, los hombres de Calles ocuparon puestos importantes dentro del mismo, cuenta de ello es el hecho de que Basilio Badillo y Manlio Fabio Altamirano, gerente general del diario, sucumbieron a los caprichos del "jefe máximo" cuando a mediados de 1931 llegaron a la secretaría del PNR Manuel Pérez Treviño y a la dirección del periódico, Luis L. León.

Luis L. León llegó al diario el primero de septiembre de 1931 como gerente general al tiempo que el propio Badillo era ratificado como director, situación antagónica donde cada uno representó posiciones y grupos contrarios, León con Calles y Badillo con Ortiz Rubio, lo que provocó la salida del que fuera fundador del diario el día 30 de ese mismo mes.

Hombre de toda la confianza de Calles, gobernador interino de su natal Chihuahua, primer secretario general del PNR y secretario de Industria y Comercio con Pascual Ortiz Rubio, Luis L. León, dejó ver lo que sería el diario durante el "maximato", ya que "utilizó el periódico para proyectar políticamente a los hombres del maximato y para justificar la existencia de una estructura ilegalmente sobrepuesta a las instituciones".(35)

Este giro en la política editorial del diario dio paso a la consagración de Calles como el "jefe máximo". Durante 1931 y 1934 la presencia del general sonoreense en *El Nacional Revolucionario*, alcanzó su expresión más acabada, a tal grado que llegó a ocupar un sitio superior que el presidente en turno, tratase de Pascual Ortiz Rubio o Abelardo Rodríguez.

Al mismo tiempo al propio León se le atribuyó la autoría del sobrenombre de "máximo" a Calles. En una carta que el expresidente Abelardo Rodríguez envió en 1935 al exgerente de *El Nacional*, Juan de Dios Bojórquez, escribió:

A Luis (León), le debe el general Calles el título de "máximo", que le creó a base de publicaciones llenas de servilismo y

(35) J.L. Gutiérrez. op. cit. p. 259

adulación por medio de el periódico *El Nacional*, del cual era director y se dedicaba de lleno a adular al "máximo" de su propia creación. Para mí es el propio León el que inapropiadamente más daño le ha hecho a la personalidad de Calles.(36)

La gestión de Calles estuvo marcada por la adulación y el servilismo periodístico de un grupo dentro partido a la figura de un hombre de carne y hueso, quien se convirtió en una suerte de monarca absoluto que encontraba eco a sus actividades en el órgano informativo partidista.

Al llegar 1934 se produjeron cambios en el PNR, la presencia del general Lázaro Cárdenas cobraba más importancia en la vida política del país, aunque puestos importantes los ocuparon enemigos de Cárdenas, también se hizo rodear de hombres de confianza como Froylán Manjarréz quien ocupó la dirección del periódico.

### **2.5.2 Los hombres de Lázaro Cárdenas y Manuel Avila Camacho.**

Identificado con la rebelión delahuertista, Manjarréz renunció al cargo de gobernador interino de Puebla en 1922 para exiliarse en Cuba y España. Regresó a México en 1933 para unirse a la campaña presidencial de Lázaro Cárdenas, quien lo designó secretario de prensa y propaganda del PNR, escribió el libro "La gira del general Lázaro Cárdenas" para después llegar a la dirección de *El Nacional* desde donde se negó a publicar las declaraciones anticardenistas de Calles.

El editorial del 5 de febrero de 1935 marcó la pauta de la política editorial a seguir:

*El Nacional* será el primer gran diario moderno de México que combinará las ventajas de una información nutrida con la de la acción social dirigida al beneficio de las masas de los trabajadores y con la difusión sistemática de conocimientos útiles de las ciencias fundamentales. Los obreros y campesinos tendrán en esas páginas una escuela que llegará a sus hogares.

Profesor normalista, subprocurador de la República, subsecretario de Relaciones Exteriores con Cárdenas y secretario de Educación Pública con Adolfo Ruiz Cortines, José Angel Ceniceros mantuvo la estructura y política editorial del diario en los seis meses que estuvo al frente debido a la enfermedad que aquejó a Manjarréz.

(36) Ibidem. p. 32

Froylán Manjarréz retornó al periódico el 27 de mayo de 1936 y permaneció en el cargo hasta el 16 de julio de 1937, fecha en la que fue retirado del puesto por el grado de avance de una enfermedad que finalmente lo llevó a la muerte el 2 de octubre de 1937 a los 43 años.

En su lugar se designó a Gilberto Bosques, hombre que al igual que los anteriores, tuvo un pasado de activismo político dentro del partido.

Su paso por *El Nacional*, aunque breve porque sólo estuvo nueve meses al frente, estuvo marcado por el continuismo en la política editorial del régimen cardenista. Lo más relevante de su administración fue la difusión de dos hechos importantes en la historia del país: el cambio del nombre del Partido Nacional Revolucionario a Partido de la Revolución Mexicana y la expropiación petrolera de marzo de 1938.

Según José Luis Gutiérrez, la renuncia de Bosques se debió a las constantes negativas que tuvo por parte del partido para concretar el proyecto que tenía en mente de llevar el diario a las ciudades de Los Angeles y Mérida, así como elevar el tiraje de 50 a 80 mil ejemplares diarios.

Raúl Noriega vino a romper la tradición hasta entonces seguida por los directores de el diario de haber participado en la Revolución. Abogado de profesión, su contacto con el diario fue mediante colaboraciones que entregó desde la fundación del rotativo. Al igual que sus antecesores, el cargo de director lo llevó posteriormente a desarrollar una carrera política extensa como director de PIPSA, oficial mayor de la Secretaría de Hacienda, diputado entre 1967 y 1970 y gerente jurídico de Altos Hornos de México.

En los nueve años que le tocó dirigir el periódico, los tres últimos de la gestión de Cárdenas y los seis de Avila Camacho, Raúl Noriega conservó una política editorial que le permitió estar más allá del bien y del mal.

Una vez concluida la estatización de la industria petrolera e iniciada la Segunda Guerra Mundial el diario no varió el manejo de la figura presidencial. Acciones, hechos, declaraciones de los principales temas de la política interna y externa eran la materia prima del diario y, por tanto, la relación partido-periódico-gobierno era más que evidente.

En un párrafo del editorial publicado el primero de enero de 1941 se delineó uno de los principales argumentos, justificados por el propio régimen, que es uno de los elementos clave en la incorporación del diario al aparato estatal:

...era necesario que *El Nacional* asumiera plenamente la categoría de órgano de Estado dependiendo de la Secretaría

de Gobernación tanto para informar sin lugar a interpretaciones equivocadas a la opinión pública sobre los actos y programas de gobierno en el orden nacional e internacional como para laborar, en un sentido más amplio de colaboración con las diferentes dependencias del Ejecutivo..\*

La voz oficial se había ya levantado, no había lugar a dudas o falsas interpretaciones, *El Nacional* se erigió como la opinión y el portavoz oficial del gobierno, tomó la misma forma de otros órganos oficiales de comunicación como *Pravda* en la ex Unión Soviética o el *Granma* del régimen cubano, se convirtió entonces en juez y parte del quehacer gubernamental sin cortapisas.

Situación de hecho, la relación entre el diario y el gobierno fue, al margen del carácter político que tuvo la formalización de este binomio, un reflejo de la política intervencionista del Estado en los diferentes ámbitos de la vida nacional.

Fue en esta etapa donde se dio inicio al Estado benefactor y su secuela de intervencionismo cuya etapa culminante se logró en los sexenios de Luis Echeverría y José López Portillo, donde la rectoría del Estado y el crecimiento se basaron en el petróleo como pilar esencial del país.

### **2.5.3 Miguel Alemán Valdés y los Adolfo, Ruiz Cortines y López Mateos.**

Al igual que Raúl Noriega, Fernando Benítez, periodista y hombre de letras, llegó a la dirección de *El Nacional* en un clima donde toda actividad nacional tenía un sello característico: el intervencionismo gubernamental.

Asesor de diversos funcionarios, Benítez ocupó la dirección del rotativo el 21 de marzo de 1947 y le dio un impulso especial a la cultura, de forma particular a la literatura, sin que el diario dejara de cumplir su función principal de órgano estatal.

La creación de uno de los suplementos culturales más importantes que ha tenido el país, la "Revista Mexicana de Cultura" le valió al escritor un papel importante dentro de las letras y de trascendencia entre los directores del periódico gubernamental.

El autor de "Los Indios de México", fue uno de los directores de *El Nacional* que no se vio ligado al poder público con cargos de primer nivel dentro de la administración gubernamental.

Esta tónica la vivió el diario cuando el 21 de mayo de 1948 tomó posesión del cargo Guillermo Ibarra, hombre del poder que le imprimió otra vez el sello de adulación y

\* subrayado del autor

servilismo a las figuras presidenciales de Miguel Alemán Valdés y Adolfo Ruiz Cortines.

Profesor normalista, director de enseñanza secundaria de la SEP, magistrado del Tribunal Fiscal de la Federación, gerente de PIPSA, senador y oficial mayor de la Secretaría de Agricultura, Guillermo Ibarra vivió durante su administración, los desequilibrios financieros propios de un diario subvencionado que se tuvo que adecuar a los vaivenes de la economía nacional.

En una reunión con colaboradores y trabajadores del diario el 22 de diciembre de 1952, Ibarra delineó la situación financiera de la empresa:

En pocos diarios se ha conjugado la miseria y la incompreensión como en este periódico. Existe contra él un cierto sabotaje fino pero no menos constante que la reacción de la reacción y de otros intereses mezquinos, pero *El Nacional* se ha superado con decoro y dignidad insobornables ...porque en *El Nacional* no hay ingresos ocultables ni negamos nuestros vínculos con la plataforma política de los gobiernos revolucionarios. Soy el director del diario más humilde de México, pero estamos orgullosos de pertenecer a un vocero incorruptible de la Revolución Mexicana.

Un año después se informó del equilibrio en las finanzas del diario, pero dado los pocos recursos propios que generaba y su dependencia del subsidio estatal volvió a vivir una crisis económica que, "debido a la devaluación del peso tuvo que cambiar su formato, reducir el número de páginas para poder ahorrar insumos y continuar su circulación". (37)

Bajo la presidencia de los dos Adolfos, Ruiz Cortines y López Mateos, las bondades de la Revolución comenzaron a mostrar su lado oscuro mediante el descontento de algunos sectores sociales, quienes se manifestaron en contra de las condiciones laborales prevalecientes.

Maestros, médicos y trabajadores ferrocarrileros se convirtieron en las válvulas de escape de los conflictos sociales que marcaron la segunda mitad de los años cincuenta.

Negociación o represión fueron los caminos que debieron tomar los dos regímenes para tratar de detener la inconformidad social y en este sentido, el órgano informativo gubernamental retomó un papel que no se le veía desde las postrimerías de su nacimiento cuando se dedicó a desprestigiar a ciertos sectores sociales.

(37) F. Mejía Barquera. Un diario para el auge y la crisis. p. 412

Leal a los principios revolucionarios, que vivió al lado de Francisco I. Madero, y ortodoxo por convicción a los mismos, Diego Arenas Guzmán encontró en la dirección de *El Nacional* el medio más propicio para defender a ultranza las acciones y hechos de gobierno y erigir a la figura presidencial como la Revolución misma.

Director del *Diario Oficial de la Federación* y con una larga trayectoria de militancia en el partido, la dirección del diario gubernamental fue el premio a su carrera periodística y revolucionaria.

En su discurso de toma de posesión el 7 de enero de 1957, reproducido obviamente en el rotativo, Arenas Guzmán definió la línea editorial del periódico del que se comprometió a hacer "un mejor diario cada día para ser fiel vocero de la Revolución Mexicana", aunque de inmediato aclaró que "el presidente Ruiz Cortines no quiere que hagamos del periódico un órgano de adulación y servilismo ni para él ni para persona alguna de las que forman el gobierno".

Después de tomar posesión movió a su equipo. Designó como director del "Suplemento semanal de *El Nacional*", que sustituyó a la "Revista Mexicana de Cultura", a Salvador Calvillo Madrigal, quien se encargó de publicar textos que se dedicaban a exaltar la ideología revolucionaria.

Inclusive las caricaturas fueron sustituidas por dibujos a colores en los que aparecían los héroes, las figuras de los grandes revolucionarios o bien las figuras de campesinos u obreros y reproducciones de símbolos nacionales como la Patria.

Todo ello, contravino el deseo presidencial de adulación y servilismo en el diario, lo que caracterizó la administración de Diego Arenas como una de las etapas más doctrinarias donde las ataduras de la ideología gubernamental se convirtieron en la materia prima esencial del diario.\*

Desde sus páginas se atacó sin reserva a los movimientos sociales como el de los maestros o ferrocarrileros, "de ahí la extremada violencia con que el diario trató, entre otros, a Valentín Campa, Demetrio Vallejo y a los líderes estudiantiles de la huelga politécnica". (38)

\* Una de las características más notorias de *El Nacional* durante esta época fue su exacerbado anticomunismo que se evidenció en sus páginas, así como el profundo ataque oficial a cualquier síntoma de inconformidad social.

(38) *Ibidem* p. 416

Hombre también de Adolfo López Mateos, Agustín Arroyo Ch. llegó a la dirección del rotativo el 10 abril de 1962 con un discurso muy pragmático:

Mis primeros pasos se encaminarán a presentar el periódico, órgano del gobierno de México, sin rubores de absurda timidez, desde el punto de vista de la explicación y el sentido social de las realizaciones de la Revolución Mexicana representada por el régimen, para lograr que *El Nacional* ocupe el sitio que le corresponde en el diarismo mexicano

Su activa participación en el movimiento armado y en la fundación del PNR lo llevaron a obtener el grado de coronel. Sus relaciones con el poder le permitieron llegar a ocupar puestos dentro de la administración pública como gobernador de Guanajuato, subsecretario de Gobernación, jefe del Departamento del Trabajo, director general de PIPSA y dos diputaciones.

Como jefe del Departamento Autónomo de Prensa y Propaganda, Arroyo Ch., tuvo la responsabilidad de manejar la información gubernamental durante la presidencia de Lázaro Cárdenas.

En su gestión al frente del órgano informativo del gobierno, vivió problemas financieros provocados por la escasez de anunciantes, los cuales no encontraban atractivo publicitarse en un diario que paulatinamente ganó la fama de ser exageradamente oficial.

#### **2.5.4 Gustavo Díaz Ordaz, Luis Echeverría y José López Portillo.**

Hombre de poder fue también Alejandro Carrillo Marcor, quien llegó a *El Nacional* precedido de un amplio historial periodístico y de servidor público.

Fundador de la Confederación de Trabajadores de México, de la que fue secretario de educación, miembro del partido, desde donde dirigió el órgano ideológico *Línea*, embajador en Arabia Saudita, secretario general de DDF, diputado y senador, director del diario *El Popular* y gobernador de Sonora, Carrillo Marcor fue el padre del exdirector del ISSSTE y actual cónsul de México en Chicago, Alejandro Carrillo Castro.

Hombre de Gustavo Díaz Ordaz y de Luis Echeverría, periodos donde se vivieron las épocas más oscuras del periodismo debido a la falta de libertad de expresión en la cobertura de movimientos como el estudiantil de 1968 que marcaron una etapa de "mordaza" para la prensa mexicana. Carrillo Marcor dio cuenta de la postura

gubernamental la validez y legitimidad de sus acciones a través del matutino durante los siete años que estuvo al frente, de enero de 1968 a noviembre de 1975.

Sin pena ni gloria, Fernando M. Garza ocupó la dirección de *El Nacional* en dos ocasiones de 1975 a 1977 y de 1980 a 1982, periodos dentro de la administración de José López Portillo como presidente y que se caracterizaron por el continuismo en la línea editorial seguida por sus antecesores, con lo que hasta ese momento se confirmaba que el diario no servía más que para legitimar cada una de las administraciones anteriores y exaltar la figura presidencial en un contexto donde la Revolución Mexicana, sus logros y sus hombres eran simplemente sólo un pretexto y no una razón.

Director de *El Universal*, Fernando M. Garza pasó a la administración pública en el sexenio lopezportillista con el cargo de director general de Información y Relaciones Públicas de la Presidencia de la República, desde donde cuidó la imagen de uno de los presidentes más mal recordados en la historia del país.

Luis M. Fariás ocupó la dirección del diario de 1977 a 1979 y navegó por todos los cargos que un periodista pueda imaginar. Fue locutor de la XEW, secretario general del sindicato de la radiodifusora; primer presidente de la Asociación Nacional de Locutores; laboró en canal 2 de televisión; director de información de la Secretaría de Gobernación; oficial mayor del Departamento de Turismo; senador, diputado; gobernador de Nuevo León y presidente municipal de Monterrey.

Luego de dejar la política en 1988, se convirtió en accionista de grupo Radio Mil donde estableció estrechas relaciones con las familias Lajous y Salas, las cuales tienen el control mayoritario de la empresa.

En su carrera política, específicamente en su calidad de líder de la fracción priista en la Cámara de Diputados, participó, sin una actuación sobresaliente, en la reglamentación del derecho a la información que tantos dolores de cabeza dio a periodistas y al gobierno mismo. Rafael Rodríguez Castañeda, escribió:

Luis M. Fariás, líder de la mayoría del PRI en la Cámara de Diputados, propuso que fuera este órgano legislativo el que se encargara de elaborar una reglamentación del derecho de información, precedida por un debate público entre profesio-

nales, investigadores e interesados en la comunicación para llegar a un acuerdo nacional. (39)

Esta iniciativa causó revuelo entre los editores de diarios en el país, quienes protestaron por los términos injustos de la reglamentación y de inmediato arremetieron contra la política económica oficial, lo que a la postre causó el cambio de los funcionarios de comunicación social de la Presidencia.

La iniciativa generó una suerte de conflicto entre los editores de periódicos y el gobierno, ya que en su Tercer Informe de Gobierno, el entonces presidente José López Portillo dijo:

...Ha habido y hay funcionarios que emplean la influencia o los recursos de su cargo para solventar sus queremos, desahogar sus rencores, alimentar su vanidad o apoyar su ambición a través del manejo de información o de medios de comunicación...a veces confunden la libertad de expresión con las necesidades del libre comercio de la información que se mantiene, validamente, de vender noticias, publicidad y popularidad. Suele suceder, entonces, que el derecho a la información y la libertad de expresarlo, derivan en el desconcierto, cuando se deforma la realidad con la exageración. Se aturde con el escándalo; se azora con el sensacionalismo; se provoca con el morbo; se vende el temor como noticia; se extorsiona con el chantaje; se afama por difamar, se prestigia por desprestigiar; se calla para cobrar; se miente para argumentar y se calumnia para vivir...(40)

Esto encendió los ánimos de los directores de diarios, quienes en una actitud revanchista comenzaron a publicar información que contravino las políticas oficiales y reflejó la realidad de un país que se enfrentaba ante el inicio de una larga crisis económica.

Sin embargo, este conflicto no duró más allá de semanas, ya que luego de concertaciones entre el expresidente López Portillo y los editores las aguas volvieron a su cauce, sobre todo si se toma en cuenta que en un país donde existen pocos casos de enfrentamientos entre prensa y gobierno, la independencia y libertad de los medios de información es una característica muy cuestionable, ya que en México las costumbres se hacen leyes no escritas y el tratar de terminar de tajo con una añeja relación de servilismo por parte de las instancias de difusión, se antoja un asunto casi imposible.

Al respecto el propio exmandatario precisó en sus memorias:

(39) R. Rodríguez Castañeda. Prensa vendida. p. 197

(40) *Ibidem*. p. 196

...Se va que vuela la segunda mitad del año (1980). Me estoy reuniendo con los directores de los periódicos diarios, para que me ayuden a no inflar la inflación...siguen mis reuniones con los editores y sus colaboradores principales. parece que funciona. A ver si con ello no me inflan la inflación. Están en buenos términos...(41)

Luis M. Farías fue sustituido en la dirección de El Nacional por Fernando M. Garza, quien por cierto ocupó anteriormente el cargo y cuya administración, de 1980 a 1982, pasó totalmente inadvertida.

### 2.5.5 Los hombres de Miguel de la Madrid y Carlos Salinas de Gortari.

Premio Nacional de Periodismo en 1980, Mario Ezcurdia, militante del PRI realizó su carrera periodística muy ligado al poder, las organizaciones políticas y el gobierno.

En el seno del partido fundó el órgano teórico *Línea* donde plasmó los preceptos ideológicos del PRI, además trabajó en diarios , entre los que sobresalen *Así*, *Escena*, *El Popular*, *Impacto* y *Ovaciones*.

Como columnista escribió en *El Universal* y *El Día*, diario este último donde uno de sus artículos le valió ganar el reconocimiento anual a los periodistas. Se desempeñó también como productor y comentarista de televisión en Canal 13, entonces propiedad del Estado.

Sus ensayos "Análisis teórico del PRI" y "Miguel de la Madrid: el hombre, el candidato", le redituaron un lugar dentro de la administración del expresidente de la Madrid, precisamente como director de *El Nacional* entre 1982 y 1988.

Desde su nuevo puesto, Mario Ezcurdia impulsó el proyecto de modernización del diario a su cargo. A grandes rasgos consistió en fundar sucursales y subsidiarias en los estados del país con miras a formar una cadena similar a la Organización Editorial Mexicana de Mario Vázquez Raña. De esta forma, *El Nacional* emprendió un ambicioso proyecto de expansión a través del uso del satélite Morelos, con el fin de crear una cadena de periódicos destinada, sobre todo, a competir con la prensa privada del norte del país.

El proyecto generó críticas respecto al dispendio de recursos públicos que se destinaron a esa tarea, a lo que el propio Ezcurdia respondió: "la inversión proviene de los recursos de *El Nacional* . Nosotros ganamos dinero en México, sobretodo con la explotación de nuestro taller de imprenta, que es el más grande y fino de América

(41) *Ibidem*. p. 199

Latina...cualquier periódico puede usar el satélite para llegar a provincia. Si no lo hacen es porque no quieren o porque ignoran esa posibilidad". (42)

De esta forma, en 1986 el proyecto se convirtió en realidad con la apertura de *El Nacional* de Nuevo León, Sonora, *Diario 29* de Baja California y la subsidiaria de Guanajuato.

El proyecto tuvo algunos fracasos como el cierre de la sucursal de Campeche fundada en 1987 y que originalmente estaba programada para abrirse en Yucatán, lo que da cuenta de las fallas que tuvo el programa de modernización en algunos casos. La actualización del diario, que se ubica dentro de la política gubernamental de modernización del Estado planeada por el expresidente Miguel de la Madrid, alcanzó su punto más alto con la dirección de José Carreño Carlón, quien sustituyó a Ezcurdía en 1988, durante la administración del presidente Carlos Salinas de Gortari.

Miembro del PRI, José Carreño Carlón, hizo una amplia carrera política dentro de los diversos órganos del partido, como el Instituto de Estudios Económicos, Políticos y Sociales. Además ocupó varios cargos dentro de la secretaría de la Presidencia.

En el periodismo se inició como reportero de *El Día*, en el que llegó a ser jefe de la sección de internacionales; articulista del diario *Uno más uno*; comentarista de Radio Educación; colaborador de *Nexos*; subdirector de *El Universal* y *La Jornada*; coeditor del semanario *Punto*; director de *El Nacional* y finalmente director de Comunicación Social de la Presidencia con Salinas de Gortari.

Tres años y medio después del nombramiento de Carreño Carlón como director del diario gubernamental, "fue designado por el presidente Carlos Salinas de Gortari director de Comunicación Social de la Presidencia en sustitución de Otto Granados Roldán quien fue designado por el PRI candidato a la gubernatura de Aguascalientes". (43)

Durante la administración de Carreño Carlón, el periódico vivió una profunda modernización que incluyó, desde un nuevo formato hasta una política editorial más plural y que inclusive dio tribuna a representantes de la oposición como el perredista Heberto Castillo, además de que en sus páginas se encontraba información de los partidos contrarios al PRI.

La modernización del diario se convirtió en la bandera política para la promoción de política de un grupo y particularmente de su director que, como sucedió a lo largo de las

(42) *Ibidem*. p. 281

(43) *El Nacional*. 12 de abril de 1994 p. 2

demás administraciones utilizaron el diario como trampolín político.

A lo largo de la historia del diario sus directores no escaparon al "hechizo" del poder, algunos lo utilizaron como trampolín político, otros como instrumento para abrirse brecha dentro del periodismo para ejercer una información con carácter partidario.

Hombres del poder, sucesión de intereses, los directores de El Nacional, mostraron desde esa tribuna su servilismo, sumisión y compromiso con las diferentes administraciones presidenciales desde Plutarco Elías Calles hasta Carlos Salinas de Gortari, quien le dio un giro a la actividad del diario y a su régimen legal mediante el anuncio de privatización, que al igual que con las demás empresas paraestatales, se convirtió en el destino que tenía deparada la modernización del país.

## **2.6 La modernización de El Nacional.**

Como todas las empresas de participación estatal mayoritaria, desde Altos Hornos de México hasta los bancos, cuando éstas se encontraban bajo la administración estatal, El Nacional se vio inmerso en un proceso de modernización en todos sus ámbitos, el cual dirigió a lograr una mayor eficiencia de producción y recursos, dentro de un contexto donde la redefinición del papel de las paraestatales dentro del proyecto económico, marcaron las gestiones de Miguel de la Madrid y Carlos Salinas de Gortari.

Además, el rotativo oficial mantuvo durante esos dos sexenios un papel sino importante, si trascendente para los fines políticos de cada una de las administraciones, debido a que se encargó de darle tribuna oficial a las acciones y tareas de gobierno, de manera especial en la etapa de transición sexenal, época en la que por tradición del sistema político mexicano se le dio una difusión muy amplia a los logros sexenales en materia de vivienda, salud, educación, infraestructura, en fin, todo lo relacionado con la obra pública, los programas sociales y económicos.

Desde la óptica política, las elecciones federales de 1988 fueron las más cuestionadas de toda la historia del país, debido a que los argumentos de amplios sectores de la sociedad coincidieron en que el entonces electo presidente Carlos Salinas de Gortari llegó al poder en medio de una profunda crisis de legitimidad que ponían en riesgo la estabilidad.

Al ser los medios de comunicación un instrumento de control y autenticación por medio del cual el Estado y más en específico el gobierno, desarrollan una actividad protagónica, la administración de Salinas de Gortari tuvo que definir los parámetros para

establecer una relación con la prensa que le permitiera gobernar en un clima más propicio y en el que los órganos de difusión se convirtieron en el mecanismo más idóneo para crear y hacer creer a la opinión pública que se vivía en un clima económico, social, pero preponderantemente político que establecieran las bases para crear un gobierno creíble.

En este marco, el papel de los medios de comunicación oficiales se vio reforzado, sobre todo si se toma en cuenta que, en un marco de indefinición política y crisis de legitimidad, sus roles principales fueron los de difundir las acciones y tareas de gobierno, en esos momentos tuvieron bajos su hombros una pesada pero interesante tarea: contribuir a eliminar la deteriorada imagen del Estado justo, que se evidenció con los resultados de las elecciones presidenciales de 1988.

Bajo tales argumentos, el gobierno vio la necesidad de establecer una nueva relación con los medios de difusión, la cual incluyó el fortalecimiento de los propios para desde ahí generar un clima de opinión favorable para la imagen del presidente entrante, actualización de empresas y órganos informativos estatales que deriva de una política más amplia de modernización del Estado.

La modernización de las compañías del sector público respondió, en los sexenios mencionados, a una estrategia de redefinición del papel del Estado en la economía y al reconocimiento de la ineficiencia y burocratismo que caracterizó su función primordial.

El presidente Salinas de Gortari, en el Plan Nacional de Desarrollo 1988-1994, estableció algunos de los criterios que deberán seguir las entidades públicas, "la empresa pública es producto de las políticas nacionales y debe estar sujeta a ellas sin perder su carácter empresarial y, en consecuencia, debe igualmente atender las exigencias de eficiencia y productividad, dentro de un renovado marco legal y con estricto control en el cumplimiento de las políticas, programas y presupuestos". (44)

De aquí que las empresas que no se adecuaron a los lineamientos trazados pasaron a un proceso de venta, liquidación, transferencia y fusión al sector privado o social para que sean éstos los que se dediquen a la explotación de recursos y a la prestación de bienes y servicios propios de la actividad que antes estaba controlada por el Estado.

Antes de ser desincorporada, toda empresa pública, se ve expuesta a un profundo proceso de modernización en sus estructuras, así como su adelgazamiento y saneamiento financiero para colocarlas en una posición atractiva

(44) C. Salinas de Gortari. op. cit. p. 30

frente a los intereses de los posibles compradores, inversionistas la mayoría del sector privado que vieron en la privatización de empresas una oportunidad inmejorable para adquirir compañías que les redituaran buenos dividendos. Sin embargo no todas las entidades paraestatales tuvieron la suerte de pasar por un esquema de modernización que las llevaran a ser más eficientes y productivas, debido a que al estado salinista no le interesaron todas, sino las que más atractivas se vieron ante los ojos del capital privado, las otras fueron liquidadas.

En este contexto, *El Nacional*, a partir de los últimos tres años de la administración de Mario Ezcurdia y los cuatro que estuvo al frente José Carreño Carlón, vivió un intenso programa de modernización que lo llegó a colocar dentro de los primeros cinco lugares en la preferencia de los lectores, en un mercado de amplia competencia de los medios impresos.

Por ello, el presidente Salinas de Gortari en el Plan Nacional de Desarrollo, delineó los argumentos para la buena dirección de las entidades paraestatales en el que "la modernización de las entidades públicas exige empresarios públicos con capacidad ejecutiva y claro compromiso social, que asuman plenamente la responsabilidad que implica dirigir y administrar las áreas estratégicas y prioritarias propiedad de la Nación".  
(45)

En los días posteriores a su toma de posesión como presidente, Salinas de Gortari nombró a su gabinete legal y ampliado, así como a los directores de las empresas paraestatales que aun conservaba el gobierno en 1988.

El cuatro de diciembre de ese año se designó a José Carreño Carlón como director general de *El Nacional*, a José Antonio Alvarez Lima al frente del desaparecido Instituto Mexicano de Televisión y a Gerardo Estrada como director del Instituto Mexicano de la Radio, todos ellos, a criterios del presidente, reunieron los requisitos que debería tener un empresario público.

Con ello, el diario del gobierno desarrolló entre 1988 y 1992 un rápido y extenso proceso de modernización en cuanto a formato, estructura, calidad y presencia en el mercado, que comparado con lo que se hizo en más de 60 años desde su fundación, mostraron la importancia que tuvo en los inicios de la administración de Salinas de Gortari.

(45) Ibid p.31

A José Carreño Carlón, hombre de Salinas de Gortari, se le encomendó el proceso de modernización del vocero oficial del gobierno, con el objetivo de que durante su gestión se respondiera a las expectativas de la desincorporación al que los principales medios de comunicación del Estado se tuvieron que adecuar.

No se trata de poner en duda la voluntad del gobierno por tener un medio de comunicación moderno, que respondiera a las necesidades y compromisos sociales, el esfuerzo es una tarea loable, pero dentro de lo que fue uno de los pilares de la política económica salinista, la privatización de empresas estatales alcanzó a todos por igual.

El antecedente de la transformación que vivió el periódico oficial, se encuentra en 1986 cuando su entonces director Mario Ezcurdia se abocó al proyecto de expansión mediante la puesta en marcha de sucursales en el interior del país.

Como todo programa iniciado desde las esferas gubernamentales, tuvo fracasos. *El Nacional* de Campeche cerró en 1990 luego de tres años de operar, debido a un conflicto donde "originalmente estaba contemplado para Yucatán , pero no contó con la anuencia del entonces gobernador, Víctor Cervera Pacheco debido a que se percibió como un contrapeso político, en lo que fueron sus instalaciones ahora sólo queda un pequeño taller, pero sobre todo está abandonado la mayor parte del equipo". (46)

Sin embargo, el cambio radical se dio con la llegada de Carreño Carlón que a los pocos días de haber tomado posesión en el cargo, dio giro a la presentación del tamaño del diario, el formato de la primera plana y de algunas secciones a las que se le dieron un diseño más novedoso.

Participe directo del cambio dentro del diario, en lo que a política editorial se refiere, Raúl Trejo Delarbre recuerda:

*El Nacional* se ganó una presencia importante, sobre todo, entre el público universitario, académico, de las artes y la política durante la administración de José Carreño Carlón, además del trabajo de la gente a la que invitó a colaborar...En esta etapa hubo un cambio cualitativo en el diario, un saneamiento editorial del mismo, con todo y que casi nadie lo leía, salvo las secciones de deportes que era muy escandalosa o la

(46) G. Galarza. "El Nacional se vende por falta de excedentes para invertir". Proceso, 13 de abril de 1992 p. 24

de espectáculos que tenía el poster de alguna muchacha con poca ropa. (47)

De acuerdo con el que fuera director del suplemento "Política" y articulista del diario, *El Nacional* tuvo dos cambios esenciales dentro del proceso de modernización : una política editorial más plural que lo llevó a abrirse a la discusión y la publicación de diversos elementos que ofrecían a los lectores una nueva alternativa de reflexión y opinión en cultura, espectáculos, ciencia, ecología, política y problemas sociales.

Más aún, los suplementos que se comenzaron a publicar de lunes a domingo se dirigieron a públicos muy específicos como fueron los casos "Post 90" y "Banda Rockera", los cuales finalmente desaparecieron, pero que le dieron un carácter más dinámico de innovación dentro del quehacer periodístico, lo que convirtió al diario, según Héctor Aguilar Camín, en uno de los órganos informativos con mayores alternativas para el lector.

Este fue un indicador importante de la modernización del diario, sin embargo su presencia en el mercado se incrementó como resultado de la nueva política editorial que se delineó desde la dirección general del rotativo.

El proyecto de modernización del periódico lo llevó a ocupar un lugar en el mercado que no tenía, pasó del sitio 24 de los diarios matutinos que existían en la Ciudad de México antes de 1988, al quinto, con lo que en menos de cuatro años alcanzó lo que en 64 no pudo lograr.

El despegue modernizador del rotativo en los poco más de 40 meses de gestión de Carreño Carlón, incluyó la publicación de 15 suplementos de los más variados temas, desde la frivolidad de "En Domingo" hasta problemas sociales como "Sociedad y Sida", lo que puso en evidencia la abundancia de recursos que se destinaron durante la administración del exarticulista de *Uno más uno*.

Uno de los suplementos que ligó evidentemente las políticas gubernamentales con la función esencial del diario fue "Gente Solidaria" que se encargó de tratar de legitimar las supuestas virtudes del Programa Nacional de Solidaridad, creado *exprofeso* para tratar de aminorar los efectos sociales, como la pobreza y el desempleo, derivados de la política de privatizaciones y ajuste presupuestal.

Además de los suplementos, la modernización incluyó la edición de libros relativos a

(47) Entrevista con Raúl Trejo Delarbre realizada el 16 de marzo de 1993.

temas del acontecer nacional y ligados a las acciones efectuadas por el gobierno, entre ellos destacó el proyecto de *El Nacional en la historia de México*, que incluyó cinco tomos en los que se reseñó la vida del periódico y su paralelismo con la historia reciente del país, desde Plutarco Elías Calles hasta Miguel de la Madrid, lo que se convirtió en el corolario ideal para celebrar los 60 años del diario.\*

En el primer tomo de esa colección, el propio Trejo Delarbre escribió:

*El Nacional* sintetiza parte de las muy ricas y no siempre documentadas diversidades en el ejercicio del poder político y aun antes, en la disputa por él. Una somera ojeada a las páginas del diario en sus primeros años bastaría para desmitificar algunas de las versiones que entienden esa época del proceso revolucionario, definida sólo por infalibles decisiones caudillistas o cuyas luchas se libraban únicamente entre bloques predecibles e invariablemente monolíticos...Intensa y variable, comprometida y contradictoria, la trayectoria de *El Nacional* ha corrido estrechamente junto con el diverso y desigual desarrollo político mexicano. Logros y consolidaciones, igual que tropiezos y hasta aberraciones de este sistema político han sido fielmente reproducidas por el diario que comenzó siendo expresión oficial del partido político que hicieron quienes consolidaron la Revolución Mexicana...

Si bien Trejo Delarbre esboza algunos puntos de vista respecto a la posición acrílica que a lo largo de sus años distinguió al diario, el esfuerzo realizado para la publicación de esta colección fue un trabajo admirable, sin embargo, la recopilación del material se realizó bajo criterios oficialistas. Se trata, pues, de una justificación histórica sobre el rol que ante la opinión pública debe tener un medio informativo al servicio del gobierno, ya que a lo largo de la historia del periodismo mexicano, la prensa ha tenido una función que va más allá de sus criterios de información, entretenimiento y difusión de la cultura, elementos en suma meramente de su actividad social dentro de un sistema político, en el que "el periódico aparece integrando el subsistema de medios de comunicación masiva, puesto que cada sistema político va configurando sus subsistema de medios mediante una combinación de las decisiones y las acciones de sus actores, las constricciones de sus estructuras y la influencia de sus contextos sociales, económicos y culturales, el análisis del periódico como actor político implica el subsistema de los medios y el

\* Cabe destacar que de esta colección, programada para 5 tomos, sólo se publicaron 3 debido a los problemas financieros del diario.

sistema político al que pertenece, pero también el de los contextos -social, económico, cultural- de ese sistema". (48)

### **2.7 Las finanzas de *El Nacional* y el adiós de José Carreño Carlón.**

Al iniciar el periodo de Carreño Carlón al frente de *El Nacional*, la situación financiera del diario parecía estar en problemas, debido a la falta de alternativas de financiamiento que le permitieran tener un equilibrio presupuestal y generar más ganancias. Uno de los impulsos que se le dieron al diario en este sentido, fue la diversificación de las fuentes alternas de recursos como fue la publicación de libros y la maquila de edición de otras publicaciones, aspecto este que se logró, en gran parte, a la modernización de las estructuras, contenidos y presentación del diario, derivada de un mayor flujo de capital vía subsidio.

Más allá del trampolín político que representó el diario no sólo para Carreño Carlón, sino para casi todos sus antecesores, a la luz de los datos y las cifras presentadas en su último informe de actividades, las finanzas del diario reflejaron, en el papel, el carácter moderno del periódico y la intención gubernamental de desligarse de él.

En el informe que Carreño Carlón presentó ante el Consejo de Administración de *El Nacional* un día antes de anunciar su desincorporación, estableció:

...la evolución de *El Nacional* es positiva; en este panorama general, pero no es carente de problemas. El principal de ellos es la falta de excedentes para la inversión a fin de mantener actualizada la respuesta a los requerimientos de innovación tecnológica en la elaboración del periódico en las distintas plantas, así como para conservar en condiciones satisfactorias el mobiliario y equipo administrativo, equipo de transporte y equipo de cómputo. (49)

Si bien el diario gubernamental fue el primero, y al parecer el único que utilizó los servicios del satélite Morelos para su trabajo cotidiano, los problemas tecnológicos eran evidentes al grado de que para 1992 aún no tenía bien instalada una red de cómputo interna que permitiera cumplir con el trabajo. Bajo el cobijo del subsidio gubernamental,

(48) H. Borrat. El periódico, actor político. p. 11

(49) A. Aguirre Montalvo. "La venta de El Nacional otro capítulo de la modernización". Proceso 6 de abril de 1992. p. 22

los recursos para la inversión privada eran casi imposibles de conseguir porque la mayor parte del presupuesto anual era asignado al pago de la nómina que creció notablemente en los primeros años de la administración salinista. La modernización al interior fue sólo de dicho.

El mismo Carreño Carlón reconoció que *El Nacional* entró en una nueva etapa de su desarrollo acorde con las transformaciones que se vivieron en los últimos cinco años, y en el que se "ha llegado el momento de decidir sobre nuevas etapas de crecimiento, dada que la escasez de financiamiento público podría restar viabilidad a su desarrollo". (50)

El propio exdirector quiso ir más allá de los resultados alentadores y pecó de optimista al comparar las finanzas de la paraestatal con los grandes diarios estadounidenses y con la industria editorial en general.

Mientras *El Nacional*, de acuerdo con el informe de la dirección general se presentaba como una empresa rentable con finanzas sanas que en 1991 obtuvo utilidades netas por 4, 531.6 millones de viejos pesos y de acuerdo a las proyecciones hechas para 1992 éstas aumentarían 45 por ciento a 6, 472 millones de viejos pesos, la propia industria editorial estadounidense en 1991 registró una reducción de 21 por ciento en sus ganancias.

El panorama descrito por Carreño Carlón para las grandes compañías estadounidenses fue desolador:

Empresa	Baja en utilidades	Ganancias estimadas en millones de dólares en 1991
<i>New York Times</i>	79%	12.4
<i>Washington Post</i>	44%	74.8
<i>Times-Mirror</i>	30%	95
<i>Janet</i>	21%	204
<i>Knight-Readers</i>	20%	86
<i>Wall Street Journal</i>	18%	69

Los resultados pueden parecer desastrosos para compañías editoriales tan grandes, antiguas e importantes a nivel mundial, el hecho de que su dependencia del subsidio gubernamental es nula, por tanto lo que estas compañías hagan para sobrevivir es un esfuerzo único y personal. Entre éstas y el periódico gubernamental existe una

(50) Ibid p. 24

diferencia abismal en cuanto a penetración de mercado, recursos generados y credibilidad informativa por lo que las comparaciones en este sentido , sobre todo en materia financiera, fueron un tanto aventuradas, especialmente porque *El Nacional* sufrió graves momentos de crisis económica.

Pero más aún, la publicidad representó para el diario gubernamental el 49 por ciento de los ingresos propios generados; la maquila e impresiones a terceros como es el caso del *Diario Oficial de la Federación*, *La República*, órgano del PRI, el periódico *El Regional del sur* de Guerrero y la revista *Tiempo* , entre los más notables e importantes, fueron el 27 por ciento de esos ingresos y las suscripciones y venta directa el 24 por ciento.

Esto significa que al eliminar el 27 por ciento de los ingresos generados por maquila e impresiones a terceros, los recursos se reducen al 73 por ciento, es decir, que una parte importante de sus recursos tienen como fuente el propio presupuesto de la nación.

En 1991 *El Nacional* tuvo ingresos por concepto de publicidad por 61, 708 millones de viejos pesos; maquila e impresión a terceros proporcionaron 11, 250 millones; sin embargo, el informe de la dirección no incluye los recursos recaudados por concepto de venta directa y suscripciones, a pesar de representar el vehículo principal para la consecución de las otras dos fuentes de ingreso. De casi 22,000 páginas que se publicaron en ese año, 5,000 correspondieron a publicidad, "un porcentaje cercano del 22.6 por ciento del espacio total, cada vez más cercano al 30 por ciento que recomiendan las entidades comerciales para hacer rentable un medio impreso". (51)

De manera oficial el tiraje del periódico es de 70,000 ejemplares diarios y 80,000 los domingos, cifras que incluyen las ediciones de provincia. El aparente equilibrio económico logrado por Carreño Carlón durante los casi cuatro años de su administración mostraron una ficticia modernización, la cual sucumbió una vez que el proceso de desincorporación inició, dejando ver lo frágil de sus estructuras financieras a la luz del agudo ojo empresarial interesado en su compra.

## **2.8 La salida de José Carreño Carlón del diario.**

Durante la administración del presidente Salinas de Gortari, el periódico oficial fue una más de las empresas gubernamentales a las que cada año se les tuvo que asignar un presupuesto cada vez más reducido en la medida que el redimensionamiento del

(51) J. Carreño Carlón. Informe anual de la Dirección de *El Nacional*.(documento) p. 29

Estado dejaba ver, desde la versión y óptica gubernamentales, avances en materia social y económica, principalmente, lo que se convirtió en una de las razones económicas para su desincorporación del sector público y así eliminar recursos presupuestales.

Bajo esta perspectiva *El Nacional* se presentó como un medio informativo que debería tener una mayor apertura y pluralidad dentro de su política editorial, para que la iniciativa privada pudiera encontrar un atractivo extra a la empresa que si bien en el papel no se veía como estratégica ni prioritaria, sí representó cierta importancia máxime cuando se comenzaron a ver vislumbrar las potencialidades de negocio del diario.

Sobre esta base y con el antecedente de los resultados de la modernización de la que fue objeto el matutino gubernamental, el 3 de abril de 1992, su director José Carreño Carlón, fue designado vocero oficial del gobierno mexicano.

El juego de la política cambió la posición de algunos funcionarios que ya tenían sus destinos marcados en la rueda del poder; tal como sucedió a lo largo de la historia del diario, en una suerte de rueda de la fortuna donde se está abajo pero también arriba, los movimientos políticos determinaron el futuro de un proyecto iniciado para transformar las estructuras informativas oficiales.

Una vez concluido el trabajo de Carreño Carlón al frente del diario su destino quedó marcado en la Dirección de Comunicación Social de la Presidencia, desde donde de manera más abierta, y no desde el lado de la trinchera, dirigiría la estrategia informativa no sólo del gobierno sino de los demás medios de comunicación, los cuales se han encargado de dibujar con lujo de perfeccionismo la imagen del presidente.

Desde la posición de juez y parte, Juan Manuel Magaña, quien fuera jefe de información del diario dijo que el cambio de su director "es prueba de su viviente capacidad periodística, es el extraordinario impulso de apertura que le ha dado a *El Nacional*, al que deja listo para su siguiente etapa, que resulta atractiva, audaz y promisorio" (52)

En su editorial del 3 de abril de 1992, el diario gubernamental destacó que:

El país que ahora tenemos ha reclamado nuevas estructuras, lo mismo para órganos que dependencias de la administración pública, que para la recomposición de la sociedad misma. se requieren más y mejores mecanismos para la manifestación de la pluralidad de ideas y posiciones que hoy en día existen en

(52) *El Nacional*. 3 de abril de 1992, p. 1

el país, los medios de información habrán de propiciar sus propios cambios a fin de responder a los crecientes reclamos de participación social. Y los medios hasta hoy propiedad del Estado y bajo su gestión, por su parte, cada uno según sus propias necesidades, no dejarán de ser ajenos a estas necesidades.

La modernización a que fue sometido el rotativo y todas las empresas pararestatales, alcanzó a tener una buena aceptación dentro de la sociedad misma mediante la innovación en el ámbito nacional a partir de 1989, periodo en el que el diario pasó de tener una posición de servilismo y adulación a una más abierta, motivada por la directriz del cambio y transformaciones que caracterizaron al sexenio salinista.

No obstante la labor hecha por el principal actor de este cambio en el diario estatal, pasó a ser un elemento más en el afán de conquistar mejores posiciones políticas, aunque en esta ocasión el cambio de indumentaria que desde el gobierno destinaron a *El Nacional* se convirtió en el factor determinante para el futuro de la nueva empresa periodística que surgiría después de su venta.

En este contexto, "la desincorporación de *El Nacional* tiene que verse como la culminación de un ciclo de desarrollo del diario y como un paso adelante que implicará una profundización en la apertura política que se ha llevado a cabo en los últimos años" (53)

El cambio en la dirección de *El Nacional*, puso de relieve nuevamente la estrecha relación entre gobierno-prensa-partido, sobre todo en lo relacionado con el órgano oficial que a lo largo de su historia se convirtió en un puente que unió a los hombres del poder con las funciones públicas.

De forma intempestiva el proceso de modernización, iniciado en 1989, se rompió debido a la coyuntura y al cruce de caminos de diferentes hechos que se conjuntaron durante el proceso de venta. La designación de Otto Granados Roldán como candidato de su partido, el PRI, a la gubernatura de Aguascalientes y la decisión de vender el diario apresuraron el objetivo de que se diera en esos momentos y no en otros, el proceso de venta del diario.

Si bien es cierto, en todos los documentos oficiales y en el Manual de Organización de la Administración Pública, en lo que respecta a las funciones de la Secretaría de Gobernación, el papel de *El Nacional* está bien especificado como: "difundir noticias de

(53) Ibidem. p. 3

carácter nacional, internacional y de interés general, así como las actividades del gobierno federal."

Este argumento quedó en segundo plano ya que al tener una diversidad tan grande de diarios y revistas, el gobierno no necesitaba ya de un vocero oficial, además de que los nuevos tiempos del país, su modernización y el redimensionamiento del Estado, se convirtieron en las principales justificaciones. Se ha visto que para dar a conocer, informar o difundir una noticia generada por una fuente oficial, de manera particular en lo relativo a las actividades presidenciales, el gobierno y en un sentido más amplio el Estado, no lo hace sólo por sus canales propios sino que acude a los demás órganos de comunicación para establecer su puente de enlace con la sociedad y dar a conocer las acciones sociales, económicas, políticas o culturales que generan, en teoría, beneficios a los ciudadanos.

En este sentido, el papel de mantener la posesión de un medio de información dentro de la estructura gubernamental, significa que la reproducción de las actividades gubernamentales en los medios privados representa la legitimación a su vez de los avisos publicados en las empresas públicas de difusión y las propiamente institucionales como el *Diario Oficial de la Federación* en una suerte de dialéctica de la información donde el hecho se convierte en un círculo vicioso donde los medios privados y públicos forman parte de un todo periodístico indivisible.

### 3. EL PROCESO.

Concluida la modernización de *El Nacional* en un contexto donde gran parte de las empresas paraestatales fueron vendidas y en el que la desincorporación de los medios de comunicación del Estado representó un parteaguas en este proceso, la tarea siguiente fue mirar en perspectiva para delinear la política informativa con los órganos de difusión que se mantuvieron bajo su posesión.

Los movimientos en el gabinete presidencial terminaron con el vertiginoso ambiente para el futuro de los órganos oficiales, para la política informativa del Gobierno Federal y, en suma, para la relación Estado-medios.

Iniciado el proceso de venta de *El Nacional* el 2 de abril de 1992, inmediatamente se creó un ambiente interesante para la iniciativa privada ya que se comenzaron a manejar nombres de posibles compradores, inclusive se llegó a hablar de una asociación con los diarios *US Today* de Estados Unidos y *O' Globo* de Brasil.(54)

Conforme el proceso avanzaba el clima de negocios parecía atractivo para el capital privado, pero poco a poco se presentaron algunos hechos que propiciaron cambios radicales en la decisión de adquirir la paraestatal como fueron las deudas del diario con otras instancias gubernamentales, las condiciones preferenciales del contrato colectivo de trabajo, los pasivos por el uso del inmueble y las liquidaciones que se debían pagar a los trabajadores en el momento de la venta, pero sobre todo, las razones políticas que cambiaron el rumbo del proceso y le hicieron dar un giro de 360 grados.

Algunos de estos factores, provocaron que el diario se viera inmerso en la dinámica de dos procesos de venta, aspecto poco usual en la desincorporación de empresas paraestatales. Ello creó un clima de desconfianza entre los posibles interesados, sobre todo porque en esa adquisición estaban en juego el futuro de sus recursos.

En este contexto, el inicio de 1994 marcó un parteaguas en la historia moderna del Estado Mexicano debido a que la política económica y social de la administración salinista se vio cuestionada por el levantamiento indígena en Chiapas, justo el día en que entró en vigor el Tratado de Libre Comercio.

No conforme con el replanteamiento del rumbo del país que el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), provocó en las más altas esferas gubernamentales, los sucesos en el sureste dieron un cambio importante en la política informativa del gobierno al aplicar la "ley mordaza" a los medios durante la cobertura del

(54) A. Barranco Chavarria. "Empresa". *La Jornada*, 17 de abril de 1992, p. 38

levantamiento, especialmente por la Secretaría de Gobernación mediante la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía.

Los zapatistas no solo aplicaron un examen a la viabilidad del proyecto salinista, sino que además su movimiento cuestionó la decisión de que el gobierno dejara de tener un medio de comunicación como instrumento de legitimación, nuevamente el diario recobró su carácter "estratégico y prioritario" y su función de "difundir noticias de carácter nacional, internacional y de interés general, así como las actividades más importantes del Gobierno Federal" (55) \*

De esta forma, el proceso de venta del rotativo representó un hecho sui generis dentro de la política de desincorporación que a la postre fue el "negrito en el arroz" que invitó al análisis y a la reflexión de sus causas, razones y efectos, los cuales se prevé queden de relieve una vez concluida la administración de Carlos Salinas de Gortari.

### 3.1 Contexto general. El anuncio de venta y las reacciones al interior del diario.

Una vez hecho el anuncio de venta de Corporación Mexicana de Radio y Televisión, concesionaria de Canal 13, el 30 de marzo de 1992, el clima de incertidumbre sobre su futuro invadió a los demás medios informativos gubernamentales.

Así, las especulaciones respecto a la venta del periódico del gobierno cobraron más dinámica, sobre todo porque su posición dentro de la administración pública fue de más a menos, a pesar de que durante la dirección de José Carreño Carlón se le inyectó una importante cantidad de recursos.

Dos días después las dudas se despejaron y en la asamblea del Consejo de Administración del diario se anunció su venta, con lo que se abrió la posibilidad a la entrada del capital privado en una empresa que por más de 60 años fue el portavoz de los avances y logros de la Revolución Mexicana.

En su editorial del 3 de abril de 1992, el periódico opinó:

Con los acuerdos y anuncios hechos públicos ayer por el Consejo de Administración de El Nacional S.A. de C.V. , esta empresa cierra un ciclo, iniciado hace más de medio siglo, el 7 de febrero de 1941 (sic) cuando el entonces presidente de la República, Manuel Avila Camacho, decidió

(55) Dirección General de Estudios Administrativos, Presidencia de la República Manual de organización de la Administración Pública... op. cit. p. 265 (el subrayado es del autor)

convertirlo en el órgano oficial del Gobierno Mexicano.  
La identidad entre el diario y el gobierno era evidente y aquella fue sólo  
 la formalización de una situación que existía de hecho. \*\*

De inmediato, las reacciones al interior del diario no se hicieron esperar y muchas de ellas demostraron el asombro, escepticismo y esperanza, ya que en última instancia se trataba de la fuente de trabajo de más de 1,000 personas.

Doctor en economía, subdirector de ediciones del periódico y exarticulista de *Uno más uno*, Francisco Báez Rodríguez, quien ocupó de manera pasajera la dirección del órgano oficial, vivió la etapa inicial del proceso de venta y dijo: "...si se estudian las reglas, los mecanismos para la desincorporación de las empresas paraestatales, éstas no sólo se venden en función del precio ofrecido, sino también en función de los proyectos que presenten los postores y en sus posibilidades de inversión. En otras palabras, no se trataría de vender al mejor postor, si ese postor no va a reinvertir o no tiene un proyecto que corresponda a las prioridades" (56)

Báez Rodríguez, comentó también que la desincorporación "tiene que verse como la culminación de un ciclo en el desarrollo del diario y como un paso adelante que implicará una profundización de la apertura periodística que se ha llevado a cabo en los últimos cuatro años" (57)

Jorge Magaña, columnista del diario, escribió que la gestión de José Carreño Carlón dio un impulso amplio al periódico, "lo que da prueba de su convincente capacidad periodística fue la apertura que ha dado a *El Nacional*, al que dejó listo para vivir su siguiente etapa, que resulta atractiva, audaz y promisorio". (58)

No tan comprometedor, pero sí acorde con los momentos en que se dio el anuncio de la desincorporación del diario, el entonces secretario de Gobernación, Fernando Gutiérrez Barrios, sólo se concretó a decir que "la medida se tomó en concordancia con los objetivos de la reforma de Estado y los criterios de modernización política y de promoción de la participación social". (59)

Sin ser ya parte del cuerpo editorial, pero que jugó un papel importante en la conformación del nuevo *El Nacional* y además responsable de uno de los suplementos de mayor peso de los más de 13 que se editaron bajo la administración de José Carreño Carlón, Raúl Trejo Delarbre dijo:

\*\* subrayado del autor

(56) G. Galarza op. cit. p. 22

(57) *El Nacional*, 3 de abril de 1992. p. 7

(58) *Ibidem*. p. 1

(59) *Ibid*, 3 de abril de 1992, p. 4

Hay que revisar qué tan pertinente fue la decisión, yo creo que era difícil que el gobierno siguiera con un periódico que se entendía oficial aunque no se entendía como tal. es más oficialista en esos términos *Excelsior* que *El Nacional*, el cual incluso recibe indicaciones directas de la Presidencia en algunas de sus áreas. *El Nacional* estaba ganando una posición independiente y ya le resultaba estorbosa la presencia del gobierno... en su nueva etapa se estaba convirtiendo en un estorbo ser patrocinado por el gobierno, eso excepto en el terreno financiero en donde sin duda el subsidio estatal, además de sus ingresos, era muy importante.(60)

Opiniones y puntos de vista que reflejaron la posición de los actores, la gente involucrada directamente con la actividad diaria del periódico y que en última instancia defendieron sus posiciones respecto a lo que fue su principal contacto en el medio periodístico.

La mayoría de ellos, estuvo de acuerdo con la venta del medio ya que se trató de una política gubernamental acorde con los lineamientos de la modernización del Estado y la recomposición del aparato gubernamental.

Si el gobierno debiera tener un periódico o no, es una cuestión que no queda clara todavía, tomando en cuenta que en el mercado periodístico hay más de 20 diarios y en los cuales existe uniformidad de criterios para la selección de informaciones, sobre todo para las actividades presidenciales, las cuales siempre se han cubierto con especial atención.

Sin embargo, al responder a los lineamientos de reforma del Estado y dentro de ésta a la privatización de empresas paraestatales, el gobierno dejó de considerar a su órgano informativo como una entidad de carácter "prioritario y estratégico", por lo que decidió incluirla en la lista de compañías de participación estatal cuyo fin sería el de pertenecer al capital privado. Sobre todo, si se considera que una de las políticas trazadas por la administración salinista fue la de retirar al Estado de todas aquellas actividades donde su presencia era innecesaria.

### **3.1.1 Criterios de desincorporación. Diferencia entre liquidación, fusión, transferencia y venta.**

Desde que el gobierno federal decidió poner a la venta gran parte de las empresas que durante años acumuló al ejercer una posición paternalista mediante la adopción de entidades que se encontraban mal administradas por la iniciativa privada

(60) Entrevista realizada el 16 de marzo de 1993

y la creación de compañías que respondieron a los intereses nacionales para dar empleo, remuneración y bienestar a la sociedad, se delinearon los argumentos por los cuales una empresa pasaría a formar parte de la administración privada o bien, simplemente desaparecer.

En el Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994, Carlos Salinas de Gortari delineó las bases por las cuales se determinaron los lineamientos para declarar la venta, fusión, liquidación o transferencia de aquellas empresas que ya no respondieran a los objetivos sociales por las que fueron creadas.

De acuerdo con el PND, "las empresas públicas son y han sido uno de los instrumentos más eficaces con los que ha contado el Estado Mexicano para lograr el cumplimiento de sus objetivos económicos y sociales". (61)

Esta concepción, no obstante, se modificó en la medida que la realidad rebasó a las propias entidades, sobre todo, en lo relacionado con su justificación social, "si se ponderan aciertos y errores el balance de su actividades, sin duda es positiva para el desarrollo del país. Para que este balance se mantenga y acrecente, las entidades que no reúnan las características de estratégicas y prioritarias, o de ambas, serán desincorporadas..." (62)

La desincorporación es un acto en sí que adoptó diferentes formas de acuerdo a las características, evolución y objetivos de las empresas públicas.

Así, tenemos en primer término la liquidación.

Esta forma se refiere a las entidades que ya cumplieron con sus objetivos, que carecen de viabilidad económica o cuyas actividades conviene realizar, por razones de mayor eficiencia a otras entidades paraestatales o dependencias del gobierno.

Fusión: su objetivo es el de mejorar el uso de los recursos con la integración o complementación de procesos productivos, de comercialización y gestión administrativa entre varias empresas.

Transferencia: las empresas paraestatales que tengan una importancia regional o local vinculados con sus programas de desarrollo se cederán a los gobiernos de los estados para su administración.

Venta: aquellas empresas que no sean prioritarias y estratégicas y que, por sus condiciones de rentabilidad económica, son susceptibles de ser adquiridas por los sectores social y privado, en suma, serán vendidas.

(61) C. Salinas de Gortari. "Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994". p. 31

(62) Ibidem

### 3.1.2 Estructura y pasos del proceso de venta de empresas públicas.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público tiene la responsabilidad de coordinar, supervisar y ejecutar la venta de las empresas paraestatales. \*

Para fortalecer las acciones oficiales en el proceso de desincorporación, por decreto del presidente se creó la Unidad de Desincorporación de Entidades Paraestatales, la cual tomó a su cargo todo lo relacionado con la venta, liquidación, fusión y transferencia de los cerca de 300 procesos de venta, liquidación, fusión y transferencia que caracterizaron la gestión de Salinas de Gortari.

El proceso fue extenso y complejo dadas las características de cada empresa y las dificultades que presentaron al ser sometidas al riguroso criterio de los empresarios privados.

El proceso inicia formalmente cuando la secretaria de estado o coordinadora de sector presenta a la Comisión Intersecretarial Gasto Financiamiento, integrada por las secretarías de Hacienda, Trabajo y Previsión Social, Comercio, Contraloría General de la Federación y el Banco de México, su propuesta de desincorporación por considerar que la empresa en cuestión no es estratégica ni prioritaria.

La Comisión Intersecretarial Gasto Financiamiento analiza la propuesta y de acuerdo a la situación de la empresa, su área de actividad y los antecedentes de operación, se decide la forma de desincorporación más adecuada entre fusión, venta, liquidación y transferencia.

En caso de que se decida por la venta, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público es la encargada de llevar a cabo el proceso. Para todos los casos, la dependencia designa a uno de los bancos comerciales como agente de venta del Gobierno federal, de acuerdo a la experiencia y carga de trabajo que la institución bancaria tenga, la Unidad de Desincorporación de Entidades Paraestatales analiza la situación de cada empresa y, en coordinación con el banco agente, diseñan el esquema de venta.

Una vez aprobado y diseñado, el banco agente propone a la SHCP los lineamientos generales para la venta, entre los que se encuentran; convocatorias, bases de venta, actividades, entrega de posturas, prospecto de compra y monto del depósito.

\* Procedimiento para la enajenación a título oneroso, en favor de los sectores social o privado de los títulos representativos del capital social de la participación que en el mismo tengan el Gobierno federal o alguna entidad.

El banco agente elabora dos documentos: el perfil informativo en el que se incluyen datos generales de la empresa y simultáneamente se publica la convocatoria en la que se informa a los interesados que la empresa está en venta y un segundo documento descriptivo que contiene la información más relevante de la compañía como son: estados financieros, créditos, situación laboral y comercial.

También, realiza un estudio posterior de evaluación técnico-financiera en el que se utilizan métodos de medición financiera para conocer la situación de la compañía en base a indicadores como: valor contable, valor presente en flujos futuros, valor de liquidación y valor de mercado. El resultado de este análisis arroja un valor mínimo de referencia que es un indicativo del valor de la empresa que se usa como comparación para ponderar las ofertas.

De acuerdo con las bases de venta, el banco agente recibe las ofertas de compra en sobre cerrado frente a notario público y representantes de la secretaria de Hacienda y la Contraloría General de la Federación; después, la institución procede a la homologación de ofertas y recomienda a la SHCP sobre la propuesta de compra que garantice las mejores condiciones de venta para el Estado.

Una vez que se realizan los análisis pertinentes para determinar las mejores condiciones de venta para el estado, la SHCP emite un oficio de autorización y resolución de venta en favor de la mejor oferta.

La dependencia propietaria de las acciones del Gobierno Federal y el comprador suscriben el contrato de compraventa formalizándose así la operación.

El comprador realiza una auditoría de compra que somete a la consideración de la SHCP y si sus reclamos proceden se realiza el reembolso.

El producto de la venta se deposita en la Tesorería de la Federación, ajustándose al contrato de compraventa la SHCP envía a la Contraloría de la Federación un oficio para proceder a la desincorporación de la empresa del universo de entidades públicas.

Cuando el proceso de venta ha concluido, el banco agente tiene la obligación de elaborar el documento denominado "libro blanco" en el que se conjuntan todos los documentos oficiales de cada etapa de la desincorporación, de los cuales se entregan copias a la SHCP, Contraloría General de la Federación, Unidad de Desincorporación y Cámara de Diputados. (63)

(63) Secretaría de Hacienda y Crédito Público (Unidad de Desincorporación de Entidades Paraestatales). El proceso de enajenación de entidades paraestatales. (folieto) p. 13

Los pasos del proceso referidos anteriormente, fueron los mismos para la empresa más pequeña que para las grandes compañías siderúrgicas o los 18 bancos comerciales. Su variabilidad dependió, entre otras cosas, del giro, sector y tamaño.

Cuestionado o no, el gobierno justificó la venta de las paraestatales con un argumento simple: los recursos humanos y financieros que se han liberado a través de la racionalización de la presencia del Estado en la economía, han sido reasignados a áreas prioritarias.

En este sentido, "la desincorporación ha contribuido a los propósitos de modernización de la industria y al ejercicio adecuado y eficaz de la rectoría del Estado en la nueva realidad nacional e internacional del mercado y al fortalecimiento de la capacidad estatal para atender las demandas sociales de la población".(64)

### 3.2 *El Nacional* a la venta ( pero no en el puesto de periódicos)

Como se ha mencionado, la decisión de desincorporar del aparato gubernamental a dos de los pilares de la comunicación oficial, Canal 13 y *El Nacional*, representó un parteaguas en el desarrollo paternalista y poco plural de la política informativa del estado, medida con la que se trató de abrir paso a una mayor diversidad y competencia entre iguales en lo que a medios de comunicación se refiere.

El presidente Carlos Salinas de Gortari así lo planteó ante integrantes del Sindicato de Trabajadores de La Radio y Televisión:

Los medios de comunicación impresos y audiovisuales impulsados por el Estado, han tenido, como fin esencial, el contribuir a ampliar y enriquecer las soluciones de la sociedad; pero hoy en día es ya la propia sociedad la que ha generado y sigue generando la diversificación de opiniones, abriendo nuevos foros, sea a través de medios de comunicación o a través de los renovados espacios de los medios de mayor tradición, y con ello van siendo desplazadas las antiguas bases que sustentaban la participación estatal en la propiedad de los medios.

Así, el 3 de abril de 1992, *El Nacional* comentó en todos sus espacios de opinión e información la trascendental medida que lo colocaba como una más de las empresas a desincorporar. Ese día en su editorial principal escribió:

Con los acuerdos hechos públicos ayer por el Consejo de Administración de *El Nacional* S.A de C.V., esta empresa cierra Un siglo, iniciado hace más de medio siglo, el 7 de febrero de

(64) *Ibidem*.

1941 (sic) cuando el entonces presidente de la República, Manuel Avila Camacho, decidió convertirlo en el órgano oficial del Gobierno Federal. La identidad entre el diario y el gobierno era evidente y aquella fue solamente la formalización de una situación que ya existía de hecho. Es preciso entender esa decisión en el marco de la prensa de los años cuarenta. \*

Después al anuncio, como lo establece el esquema de privatización de empresas públicas, la secretaría de Hacienda se hizo cargo de la revisión intensa de la situación financiera, técnica, laboral y estructural del diario.

Entre abril y septiembre de 1992, no pasó absolutamente nada en el periódico, ningún movimiento o remoción de funcionarios... nada. El quehacer cotidiano del diario continuó, salvo con una variante al iniciar el proceso, ya que de acuerdo con las legislación en materia de venta de empresas públicas, se presentó un cambio en la cabeza de sector de la que ahora dependería el rotativo, es decir pasó de la Secretaría de Gobernación a la de Hacienda.

Raúl Trejo Delarbre comentó el 16 de marzo de 1993: "en septiembre de 1992 llegaron funcionarios de hacienda para estudiar el caso del periódico, ellos estaban seguramente acostumbrados a vender y evaluar otro tipo de empresas y el periódico se les hacía de lo más extraño".

Las cosas continuaron y las evaluaciones se prolongaron de forma paralela al seguimiento que tenía el proceso de desincorporación de otros medios de comunicación del Estado como: Canal 13, Impulsora de Televisión del Centro, Corporación Televisiva de la Frontera Norte, Compañía de Televisión de la Península, Compañía Mexicana de Televisión del Occidente, Televisión Olmeca, Televisora Mexicana del Sur, Impulsora de Televisión de Chihuahua, Estudios América y Compañía Operadora de Teatros.

Sin embargo, el tamaño y número de las empresas paraestatales del sector de la comunicación que el Estado intentaba vender a los particulares era tal que no se podía atender con eficiencia el proceso, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público decidió integrarlas en el llamado "paquete de comunicación", en el que obviamente se incluyó a *El Nacional* y cuya fin principal fue el de convertirse en un contrapeso para el monopolio Televisa.

"Con un poco de aquí y otro de allá, la oficina de Desincorporación de Empresas Públicas, prepara un insólito paquete de comunicación, cuyo objetivo fundamental es ofrecer un contrapeso, en la antesala de la puesta en escena de la Ley Federal de

\*subrayado del autor

Competencia Económica, al gigante llamado Televisa"(65). La lógica de esta medida se presentó de manera muy simple ya que si Televisa tiene cuatro canales de televisión, tres de los cuales tienen cobertura nacional, que el rival tenga dos; si *Ovaciones* pertenece, con dos ediciones, a la empresa Televisa, que la nueva tenga *El Nacional* y sus sucursales en el país y si la compañía de Emilio Azcárraga tiene Venter, la más grande arrendadora de espectaculares de azotea para los edificios, la ganadora del paquete podrá tener entre sus activos la compañía más grande de cines con Cotsa.

Y así fue, la SHCP anunció el 3 de marzo de 1993 que las compañías de comunicación estatales serían desincorporadas en paquete y detalló las características, puntos y procedimientos para la licitación.

Enrique Aranda Pedroza, columnista financiero, señaló que "forzado por las circunstancias y la naturaleza misma de las entidades a desincorporar, la Unidad de Desincorporación ha comenzado a elaborar innovadoras fórmulas de privatización que le permitan garantizar la venta de las entidades públicas".(66)

Las bases para el registro y autorización de participación de los interesados para la compra del "paquete de comunicación" fueron emitidos por Hacienda en esa misma fecha, a casi un año de que se anunciara la venta de Canal 13 y *El Nacional* y que como medida política para no eliminar de un tajo la participación del estado en los medios de comunicación no incluyó al Instituto Mexicano de la Radio ni a la Agencia Mexicana de Noticias (Notimex).

Los lineamientos de participación en el conjunto de empresas públicas a desincorporar, "consideran que de acuerdo con el proceso de modernización de la empresa pública, tendiente a retirar la participación accionaria del estado en áreas no prioritarias para el ejercicio de su rectoría económica, el Gobierno Federal ha hecho manifiesto su interés en propiciar más espacios a los sectores privado y social en aquellas actividades que, sin ser estratégicas, coadyuvan a un sano desarrollo". (67)

La convocatoria oficial para la participación de los grupos interesados en la compra de los medios de comunicación del Estado, se dividió en dos partes, la primera dirigida a los interesados en adquirir los títulos representativos del control corporativo del capital social de las empresas del paquete y la segunda, que

(65) A. Barranco Chavarría. "Empresa". *La Jornada*, 24 de noviembre de 1992 p. 36

(66) E. Aranda Pedroza. columna "Indicador Financiero" en *El Universal*, 27 de febrero de 1993. p. 1 1a sec.

(67) SHCP, Boletín de prensa, 3 de marzo de 1993. p. 1

contempló a las personas que, individualmente o en grupo, no aspiren a manejar el control de las entidades en venta.

Para tener registro, los grupos interesados realizaron dos depósitos, uno de cinco millones de dólares para los que pretendieran el control corporativo y un millón de dólares para los inversionistas que deseaban comprar *El Nacional*, Compañía Operadora de Teatros o aquella que no aspirara a tener el control del conjunto de empresas.

Así, la lucha económica por adquirir un poder político se desató entre cuatro poderosos grupos, todos de alguna forma relacionados con la administración salinista.

Grupo Medcom estuvo conformado por Adrián Sada González, presidente del Grupo Financiero Serfin, el tercero en importancia del país y Clemente Serna de Grupo Radio Red, una de las cadenas con mayor influencia en la opinión pública.

Geo Multimedia, perteneció a uno más de los empresarios surgidos bajo el mandato de Salinas de Gortari, Raymundo Gómez Flores, presidente de Dina y Banca Cremi, entre otras empresas.

Radiotelevisora del Centro, fue el nombre del tercer grupo participante y cuyo presidente, Ricardo Salinas Pliego, es el principal accionista de la cadena de tiendas Elektra.

Grupo Cosmovisión del empresario radiofónico Francisco Aguirre, presidente de Grupo Radio Centro, que pretendió recuperar lo que en su origen fue de su propiedad: Canal 13.

Además, no con el poder económico ni político que los demás, pero sí con cierta presencia en el gremio periodístico. Periodistas y Editores de *El Nacional S.C.* se sumó a la compra de su fuente de trabajo con el respaldo de que en los lineamientos de venta de las compañías paraestatales, los trabajadores de esas entidades vendidas, liquidadas, transferidas o fusionadas tienen el derecho de preferencia de en el proceso, siempre y cuando su postura esté por encima de los demás.

"Estos cuatro responden a un principio y a un llamado comunes, que cada grupo interpreta y expresa de distinta manera y que se puede sintetizar así: el gobierno de Carlos Salinas de Gortari diseñó y aplicó una política económica de modernización, en busca -ha explicado a la nación- de un crecimiento sano, estable y sostenido". (68)

(68) E. Maza. "Sobre la mesa las cartas de cuatro grupos que se disputan los medios del Estado". Proceso, 3 de mayo de 1993. p.14

El ganador de la subasta fue dado a conocer por la dependencia el 18 de julio de 1993. A partir de ese día Grupo Radiotelevisora del Centro identificaría a su conjunto de empresas adquiridas como Televisión Azteca, al pagar 483 millones de dólares, monto 16 por ciento arriba de los demás participantes.

El nuevo empresario de la televisión calificó el precio del paquete como "muy barato" y su compra "afortunada pues de ninguna manera pensamos que fuera un costo disparado, toda vez que el precio de compra del paquete es menor en 12 por ciento al valor de mercado de Televisa". (69)

A pesar del optimismo mostrado por Ricardo Salinas pliego y Moisés Saba, principales accionistas del Grupo, el "paquete de medios" estuvo incompleto pues el Gobierno Federal declaró desierta la subasta por *El Nacional*.

Para el tipo de negocios que pensaban hacer con las empresas recién adquiridas, los nuevos dueños de la otrora televisión estatal, rechazaron el diario gubernamental porque no cumplió con las expectativas económicas generadas en la evaluación hecha por las autoridades hacendarias.

El mismo Salinas Pliego reconoció que su interés por las empresas era total. "Nosotros íbamos por todo el paquete, pero las autoridades no estuvieron satisfechas con lo que ofrecimos por el periódico y decidieron eliminarlo de la venta".

La oferta hecha por Radiotelevisora del Centro por el diario estatal fue de 150 mil nuevos pesos, misma que no satisfizo a las autoridades hacendarias quienes esperaban más debido al supuesto potencial de negocio que representaba su venta, además de las grandes inversiones que realizó el Gobierno Federal en su modernización técnica e informativa.

### 3.3 Las razones del NO.

Varias fueron las razones por las que Salinas y Saba decidieron no ir por la compra de *El Nacional* que a final de cuentas no cumplió las expectativas que de él tenían, aunque todas casi de corte económico-financiero.

Más allá de razonamientos de carácter político, pues al parecer la tónica informativa se centraría en darle continuidad a la línea editorial del diario, predominaron las razones económicas debido a que los nuevos dueños del "paquete de medios" no pretendían asumir todas las deudas que arrastraba el periódico,

(69) *El Economista*, 20 de julio de 1993 p. 35

además de que no estuvieron dispuestos a soportar un contrato colectivo de trabajo sumamente ventajoso.

Empresario que creció al cobijo de la familia Salinas, dueños de las tiendas Salinas y Rocha, para formar su propia empresa, Elektra, con la cual supuestamente ~~ha~~ obtenido las ganancias suficientes para comprar la que fuera Corporación Mexicana de Radio y Televisión, concesionaria de Canal 13, Ricardo Salinas Pliego se erigió como uno de los nuevos ricos que surgieron durante el sexenio de Salinas de Gortari.

Si bien este empresario se interesó por la televisión como un negocio que le pudiese generar buenas ganancias mediante la transmisión de una programación similar a la de Televisa e información carente de toda crítica, no así por el periódico con el cual tendría que batallar mucho en términos de imagen para borrar el estigma de medio gubernamental subordinado a la administración presidencial en turno y en el cual tendría que invertir una importante cantidad de recursos para tratar de hacerlo más eficiente.

En efecto, los 150 mil nuevos pesos que ofrecieron por el medio impreso no eran concordantes con la realidad de la empresa, pues sus deudas elevarían su precio y, por tanto, el monto esperado por las autoridades desincorporadoras.

Resulta que el diario del gobierno tenía en el primer intento de venta, una deuda de 8 millones de dólares con la Productora e Importadora de Papel y con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes por el uso del satélite Morelos.

Pero eso no era todo, al venderse el diario tenía la obligación legal de liquidar a los más de mil empleados que constituían su planta laboral y volverlos a contratar con un nuevo esquema de relaciones laborales, que le hubiese costado a los Salinas y Saba nada más que 10 millones de dólares adicionales.

No conforme con ello, el gobierno puso a la venta una empresa paraestatal que tenía amplias e importantes deudas con sus propios inmuebles. Tales deudas ascendían al momento de la desincorporación a 12 millones de nuevos pesos. "En síntesis, los que estaban ofreciendo una cantidad mayor a la original, de todos modos estaban poniendo en la mesa 22 millones de dólares adicionales por el diario". (70)

Ante esta situación la empresa no se presentó como una opción de negocio atractiva como lo fueron otras, porque lejos de ser una compañía rentable políticamente se tendría que hacer mucho para eliminar el lastre histórico de la eterna relación entre el diario y el gobierno, para así presentar ante los ojos de la opinión

(70) A. Barranco Chavarría, "Empresa". El Financiero. 20 de junio de 1993 p. 16

pública la adquisición del diario como una verdadera alternativa de pluralidad y apertura informativa como lo ofreció el propio presidente.

El primer director encargado del diario, después de la renuncia de José Carreño Carlón, Francisco Baéz Rodríguez, quien después cedió su lugar a José Antonio Dávila, dio una luz en este sentido: "espero que en su venta (de *El Nacional*) no se caiga en la jungla de ver quién da más porque un diario no es una fábrica de embutidos...pienso que los nuevos dueños tendrán que ser muy audaces o torpes para cambiar el cabezal (nombre del periódico)". (71)

Esto fue lo que Radiotelevisora del Centro trató de evitar: tener una empresa que estuviera plenamente identificada con el quehacer gubernamental, lo que además de las inversiones que deberían hacerse, cargar con el lastre histórico de décadas de servilismo y de una relación *cuasi* simbiótica entre el matutino y el gobierno.

Políticamente, la adquisición del diario por parte de Salinas y Saba, no iba a representar una buena imagen, debido a que como ellos mismos los declararon, "no nos interesa la crítica porque somos apolíticos", ante los ojos de la comunidad de los negocios, porque tendrían que haber pagado el favor de la asignación del periódico mediante algunos favores políticos que tal vez no estarían dispuestos a realizar debido a que su interés principal era el de recuperar la inversión hecha en el menor tiempo posible, sobre todo si se toma en cuenta que para la compra del llamado "paquete de medios", los empresarios de Elektra tuvieron que recurrir a préstamos de bancos internacionales.

Antes que perder o invertir más recursos a una empresa paraestatal que ya representaba un obstáculo presupuestal para el gobierno, éste antes que "malbaratarla" decidió declarar desierta la subasta y esperar a convocar nuevamente a los interesados a una segunda vuelta para corregir los errores y presentar una compañía con finanzas más sanas, sin deudas y con mayores atractivos para la inversión. Hasta ese momento, el rotativo seguía siendo una empresa que poco importó al gobierno, pero que no quiso liquidar porque el costo político de la medida podría ser, en lo sucesivo, más alto que el económico con toda la serie de inversiones hechas y lo que se esperaba de ellas, las cuales no se lograrían cubrir sólo con su venta debido a que de por medio existió una razón muy poderosa: la imagen, viabilidad e incluso credibilidad del Estado.

(71) G. Galarza op. cit. p. 22

### 3.4 Juez y parte. Editores y periodistas de *El Nacional*, Sociedad Civil.

Durante el proceso de venta del diario, en particular, pero también como característica del proceso en general, el diseño de los criterios de desincorporación le dio un peso importante a la posición de los trabajadores de las empresas vendidas que se conoció como el derecho de preferencia.

"En todos los procesos de enajenación, sin excepción, se ha respetado el derecho de preferencia de los trabajadores, se les ha brindado la oportunidad de participar con su postura de compra y en su caso de igualar la mejor oferta". (72)

Sin embargo, sólo en no más de 40 procesos se ha tomado como referencia la oferta de los trabajadores para adquirir la empresa.

En el caso de *El Nacional*, los trabajadores vieron la oportunidad de participar de forma directa en la venta de su fuente de trabajo, con lo que trataron de hacer cumplir la disposición legal al respecto.

El 6 de enero de 1993, como regalo de la noche de reyes, el personal de la compañía paraestatal amaneció con la noticia de que Editores y Periodistas de *El Nacional* Sociedad Civil se formó con la intención de participar en la compra del rotativo.

En su editorial del 7 de enero de 1992 se escribió:

Se acerca la desincorporación de *El Nacional*, después de 64 años como vigoroso puente Estado-sociedad. Los trabajadores, colaboradores y directivos del diario se unen en un propósito común y válido: ejercer su derecho de preferencia consagrado en la ley, a la hora de que la empresa sea adjudicada a un comprador. Con este propósito se constituyó el organismo Periodistas y Editores de *El Nacional* S.C., el cual reúne colaboradores distinguidos y directivos del diario...Nuestro objetivo es que todos los trabajadores del diario, en plena colaboración, mantengamos un poder de decisión sobre el futuro del proyecto periodístico del que formamos parte...

El organismo reunió a 50 periodistas y colaboradores no sólo de este diario, sino también de la agencia de noticias Notimex entre los que destacaron: Clemente Ruiz Durán, catedrático universitario y columnista del diario; Miguel Angel Velázquez y Rubén Alvarez Mendiola directivos de la agencia; Pablo Hiriart Lebert y Hermenegildo Castro funcionarios del diario gubernamental; Juan María Alponente, profesor universitario y reconocido teórico de las ciencias sociales y Renward García Medrano, director de la revista *Tiempo*.

(72) SHCP. op. cit. p. 23

En la toma de posesión como director de *El Nacional*, Pablo Hiriart Lebert, reportero del diario *La Jornada*, empleado y director de Notimex y ex director de información de la Presidencia de la República, dijo: "...quien pretenda reinventar *El Nacional*, que es un diario con larga tradición y enraizamiento en el medio periodístico nacional, está equivocado, pues no se pueden hacer experimentos que trastoquen su naturaleza de órgano informativo nacionalista y popular". (73)

La formación de esta sociedad civil despertó suspicacias y molestias en el medio periodístico y otros sectores, los cuales relacionaron a estos periodistas con algún grupo de poder político o intelectual y cuestionaron la capacidad del organismo para pagar un medio de comunicación del tamaño y alcance de un medio como *El Nacional*.

Más allá de presentarse como un postor más, la sociedad civil fue catalogada como un instrumento más del gobierno para quedarse con el diario y desde esa tribuna continuar con el manejo de la política informativa del gobierno.

La formación de esta sociedad llamó la atención porque en los anteriores procesos de desincorporación, salvo algunas empresas del sector social de la economía como productoras de frutas o envasadoras, los trabajadores de las compañías desincorporadas no se habían organizado de manera tan formal como en el caso del rotativo. "La acción, que no deja de ser audaz, no sólo provocó desconcierto en el medio y en algunos círculos gubernamentales, ya que *El Nacional* es el órgano del gobierno mexicano, sino que también ha generado molestia e irritación por las formas, los etretelones, las peculiaridades de la iniciativa". (74)

Independiente a la formación de la sociedad civil, algunos periodistas la identificaron con un grupo político intelectual el de la revista *Nexos*, cuyos integrantes confluyen primero en *La Jornada* y después en Notimex.

Raúl Trejo Delarbre, uno de los principales promotores de la sociedad civil e inclusive de los fundadores, estableció:

No es un secreto que los principales miembros de la sociedad que se anunció y constituyó, son periodistas que están en Notimex o han estado en épocas recientes y no es casualidad de que sea un grupo de periodistas con experiencias comunes que les ha permitido actuar en algunos medios como *Uno más uno*, *La Jornada* y varios coincidieron en Notimex.  
Pero no era Notimex como grupo quien quería quedarse con *El Nacional* más bien una corriente de periodistas entre los que se encuentran

(73) *El Nacional*. 7 de enero de 1993. p. 1

(74). R. Rivapalacio. "¿Un periódico para el presidente?". *Este País*, febrero de 1993 p. 38

Rubén Alvarez, Víctor Avilés, Rafael Croda, entre otros. Ahora, cuando hablamos de los de Notimex no son más que cuatro o cinco y no son un grupo tan grande y poderoso como se cree y no están ligados con *Nexos*, yo soy amigo de todos ellos y de la gente de la revista.

Sin embargo, para Raymundo Rivapalacio, reconocido periodista que inclusive fue director de la agencia de noticias oficial Notimex, las cosas se dieron de forma diferente a las planteadas por Trejo Delarbre:

El grupo íntimo de Hiriart que busca el control de *El Nacional*, proviene precisamente de Notimex. En la lista de la "sociedad civil" figuran, además de Rubén Alvarez, el director del área internacional, Hermenegildo Castro; el director del área nacional, Miguel Angel Velázquez; el jefe de los corresponsales en Estados Unidos, Víctor Avilés; el corresponsal en Nueva York, Ricardo Alday y el corresponsal en Los Angeles, Rafael Croda...

Todos ellos, salvo Croda y Alday, que son de reciente incorporación al grupo de amigos, han crecido bajo la tutoría existencial del actual jefe de prensa de Los Pinos, José Carreño Carlón y del director de la revista *Nexos*, Héctor Aguilar Camín, quienes les cubrieron por su paso en algunos medios como *Uno más uno* y *La Jornada*.

Sin importar al grupo al que pertenecieron los periodistas agrupados en la sociedad civil, el hecho que el diario quedara en sus manos, despertaría aun más comentarios y suspicacias respecto al compromiso suscrito por el propio presidente en el sentido de que la privatización de los medios de comunicación del Estado propiciarían la diversidad de opiniones y la pluralidad de elección para la sociedad.

Además, dentro del proceso de venta de empresas propiedad del Estado la participación de los directivos y funcionarios de las mismas como parte compradora está prohibida por un acuerdo de la Comisión Intersecretarial Gasto Financiamiento.

Con ello, Pablo Hiriart Lebert, director del diario, estaba impedido de legalmente para ser parte compradora de la empresa que el dirige, "según un acuerdo de la Comisión Intersecretarial Gasto Financiamiento, los funcionarios de organismos públicos en proceso de desincorporación no pueden participar en grupos que aspiren a comprar esas empresas a menos de que se separen del puesto un año de anticipación y de acuerdo con las características orgánicas de la Administración Pública, la dirección de *El Nacional* es un cargo público". (75)

Según el columnista político Carlos Ramírez, Pablo Hiriart Lebert llegó al diario con la intención de crear un organismo que se erigiera como el puente de enlace

(75) C. Ramírez. "Indicador Político", en *El Financiero*, 12 de marzo de 1993.

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

entre los funcionarios y trabajadores para que en caso de que no fuera adjudicada a ellos, el gobierno cediera entre el 4 y 6 por ciento de las acciones del diario, procedimiento similar a lo que se presentó con la privatización de Teléfonos de México.

A pesar de todas las especulaciones hechas, las intenciones del gobierno fueron diferentes, porque de una decisión económica se pasó a una de carácter político, pues además de que las autoridades pretendieron, como cualquier buen vendedor, recuperar la inversión hecha en la modernización del diario, mediante un pago que rebasara sus expectativas de negocio, lo cual difícilmente garantizaba la sociedad civil.

También quería la certeza de que los nuevos dueños pertenecieron a un grupo económico consolidado que, a la luz de los beneficios recibidos por el gobierno en el terreno de los negocios, con una menor inflación y demás avances macroeconómicos que asegurara un impacto político con el manejo de la imagen gubernamental, similar a la que presentó *El Nacional* en sus más de 60 años.

### **3.5 La segunda vuelta. *El Nacional* nuevamente a la venta.**

Luego del primer intento fallido por vender el diario, la secretaria de Hacienda convocó a los interesados a participar en un nuevo proceso, pero bajo una nueva modalidad, tratando con ello de darle mayor interés a una desangelada desincorporación, cuya principal característica fue la de la poca disposición de los inversionistas privados.

El lunes 8 de noviembre de 1993, la dependencia dio a conocer los nuevos lineamientos del proceso de venta, que a diferencia de la primera ocasión, no causó mayor expectativa entre los posibles compradores.

Las bases de venta presentaron el innovador esquema por el cual los empresarios interesados en el diario, podrían adquirir en forma individual las unidades industriales ubicadas en México D.F., Monterrey, N.L., Hermosillo, Son., Tijuana, B.C. y Guanajuato, Gto., para lo cual se deslindó administrativamente el régimen de propiedad en dos empresas *El Nacional S.A.* y *El Nacional de Guanajuato S.A.*

La convocatoria especificó que el cabezal de *El Nacional* y de *Diario 29* de Tijuana se mantendrían, "...además destaca que no podrán participar propietarios de diarios de cobertura nacional o periódicos locales con presencia significativa en entidades

donde se localice la unidad de su preferencia". (76) Los participantes en el proceso podrán optar por una de las entidades en cuestión.

Para esta "segunda vuelta" participaron empresarios poco conocidos en el ámbito nacional y de poca o nula tradición y trayectoria en la industria editorial.

Por la unidad de *El Nacional* en la Ciudad de México presentaron sus ofertas, William Karam Karam, presidente del Grupo Hidrosina quien es el principal concesionario de las gasolineras del Distrito Federal y Grupo Corporativo de Jorge Abud, diputado priista y empresario de San Luis Potosí.

Exdiputado federal por el PRI, Ricardo H. Cavazos Galván, fue el único interesado por la unidad de Monterrey.

Las plantas de Hermosillo, Tijuana y Guanajuato interesaron a inversionistas de presencia y tradición regional tales como Alejandro Capdeville y Rolando Andrade Mendoza; Jorge Villagómez y Efraín Dávalos Padilla y Luis Fernando Gómez, respectivamente. a decir verdad, se trataba de empresarios desconocidos en el ámbito nacional, salvo el caso de William Karam Karam, lo que hace suponer que llegaron a contar con la anuencia de grupos políticos regionales a los cuales el diario les serviría como medio de expresión de sus intereses, como pudo ser el hecho de que en la subasta participara un exdiputado federal por Nuevo León.

Para sorpresa de pocos y algo ya esperado para muchos, la secretaria de Hacienda declaró desiertas el 21 de enero de 1994 las ofertas presentadas para la adquisición de *El Nacional* y sus diferentes unidades en el interior del país.

A pesar de que el gobierno anteriormente anunció en un comunicado que se habían saneado las finanzas de la paraestatal en junio de 1993, mediante el pago de la deuda de 20 millones de dólares que tenía con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y con Productora e Importadora de Papel, además de los adeudos pendientes por sus inmuebles, eso no interesó a los empresarios que vieron frustradas sus expectativas de manejar un medio informativo.

Uno de los puntos de carácter económico que hacen suponer que el gobierno declinó la venta del otrora diario de la Revolución se sustentan en el hecho de que quería recuperar la inversión realizada para equilibrar las finanzas asegurando una oferta que fuera más allá de los 30 millones de dólares que se destinaron al pago de sus deudas y de las liquidaciones del personal, todo ello donde el esquema oficial de venta era el de ganar-ganar." Después de invertir 30 millones de dólares en su saneamiento financiero y 18 millones de nuevos pesos en la liquidación del personal

(76) *El Nacional*, 8 de noviembre de 1993 p. 27

de confianza, el gobierno decidió declarar desierta la segunda subasta por el diario".

(77)

En esta ocasión, las postura más alta de todas fue la presentada por William Karam Karam del Grupo Hidrosina quien participó por la unidad del Distrito Federal y ofreció por ella 8 millones de dólares, la cual contrastó enormemente con la postura presentada por Ricardo Salinas Pliego, quien ofreció por el medio 150 mil dólares. Y aun así, el gobierno no quiso venderlo.

Jorge Menéndez comentó al respecto: "Estudios recientes revelan que para poner un periódico nuevo, por ejemplo, con las características de *El Nacional* costaría entre 5 o 6 millones de dólares, entonces adquirir un diario en las condiciones de *El Nacional* sería como comprar una casa hipotecada". (78)

A la luz de los acontecimientos políticos que se venían venir en el año electoral de 1994, más que las razones de carácter económicas, llevaron al gobierno federal a declarar desierta la postura de compra.

El futuro del diario luego de los dos intentos fallidos era incierto, mucho se habló de que desaparecería o se ofrecería al capital privado en un tercer intento. Sin embargo, lo sucedido con la venta del diario dejó a las autoridades encargadas de la desincorporación ante la opinión pública y los inversionistas como poco seria, pues después de vender compañías acereras por 450 millones de dólares a pesar de haber invertido más del triple en su mantenimiento y modernización, no logró vender un diario en el que hizo inversiones poco sustanciales para el tamaño de la empresa.

Lo que quedó claro en la segunda vuelta de la venta del periódico: las condiciones políticas, sociales y económicas que se vivieron a partir del primero de enero de 1994, obligaron a las autoridades a reconsiderar la posesión del diario como instrumento ideológico gubernamental y partidista ante el reordenamiento de todas las fuerzas sociales y el constante cuestionamiento al quehacer oficial respecto a la política informativa, social y a la seguridad nacional.

En este sentido, el Estado de Derecho, como unidad de decisión y acción en tiempo y lugares específicos, figura que ha adoptado de desde su creación adoptó México y cuyos contactos directos con la comunidad y el pueblo son el gobierno y la administración pública, debe aparecer ante desajustes en el sistema, como una entidad justa y que está pendiente de las necesidades sociales en un clima de

(77) M. Robles. "El gobierno se queda con El Nacional: invirtió 30 millones de dls. y sólo recibieron ocho". Proceso, 24 de enero de 1994 p. 40

(78) Entrevista realizada el 22 de febrero de 1994

concordia, por lo que ante hechos que pueden poner en riesgo su credibilidad, siempre instrumenta mecanismos de defensa de su legitimidad.

### 3.6 Lo político y la privatización.

Apenas iniciada la algarabía de los primeros instantes de 1994, los mexicanos comenzamos a ver lo que en muchos años no se presentaba pues se creía muerto o desterrado: un movimiento guerrillero.

La sorpresa fue la misma para todos, funcionarios públicos, empresarios, intelectuales y estudiantes. Nadie dio crédito a lo sucedido; un grupo de indígenas de Chiapas, uno de los estados más pobres del país, declararon la guerra al presidente, gobierno y ejército.

El Ejército Zapatista de Liberación Nacional, nombre que tomaron los cerca de dos mil indígenas chiapanecos, dio a conocer en una declaración de guerra "contra el ejército federal mexicano, pilar básico de la dictadura que padecemos monopolizada por el partido en el poder y encabezada por el ejecutivo federal que hoy detenta su jefe máximo e ilegítimo: Carlos Salinas de Gortari". (79)

Este movimiento sociopolítico sacudió las estructuras económicas sobre las que se había sustentado la administración de Salinas de Gortari y puso en jaque al "segundo milagro mexicano" por uno de los puntos más débiles: la pobreza extrema en la que viven muchos indígenas.

El subcomandante Marcos, uno de los principales líderes del movimiento, se convirtió entonces en un "transgresor" del mito de la paz social en México tan pregonado durante la actual administración los diferentes foros internacionales en los que participó el primer mandatario. "La primera víctima fue el mito de la paz social. Siguiéron los campesinos chiapanecos y los mitos originales del sexenio: la Revolución reformada, el liberalismo social, la soberanía reafirmada, Procampo, Procede y Pronasol". (80)

Sin duda, el movimiento armado en Chiapas representó para el gobierno una readecuación de la política social y económica seguida hasta el momento, una especie de reivindicación de los logros macroeconómicos y sus efectos inmediatos sobre los estratos sociales más desprotegidos.

(79) *La Jornada*, 2 de enero de 1994. p. 3

(80) S. Loya. "Salinas preconizaba una revolución sin mitos; la sublevación acabó con uno de ellos: la estabilidad social". *Proceso*, 10 de enero de 1994. p.1

A partir de los acontecimientos en el sureste de México, los cambios no se hicieron esperar en todos los ámbitos de la vida nacional, desde la remoción del gobernador de Chiapas, Helmar Seltzer hasta la formación de un Programa de Justicia para los Altos de Chiapas:

Así, existen un Comisionado para la Paz y la Reconciliación, la Comisión Nacional de Desarrollo Integral y Justicia Social para los Pueblos Indígenas, un Programa Integral de Justicia para los Altos, la Comisión de Amnistía y Reconciliación en Chiapas, La Comisión Coordinadora para la Aplicación de la Amnistía, una oficina de la Secretaría de la Defensa Nacional para recibir quejas ciudadanas, una oficina permanente de la Comisión Nacional de Derechos Humanos, una Comisión sobre Desplazado y Expulsados de Guerra; programas de abasto y atención médica, envío de víveres y establecimiento de albergues para los desplazados y, por si fuera poco, un grupo plural de la Comisión Permanente del Congreso de la Unión. (81)

Este acontecimiento fue tan importante que no sólo cambió la estrategia económica, sino también hizo repensar el objetivo de la política social.

Con transformaciones de tal magnitud, el papel del periódico oficial recobró un nuevo rol como instrumento de legitimación del sistema, puesto que cada sistema político configura su subsistema de medios a través de una combinación de las decisiones y las acciones de sus actores en el entretreído social influenciado por el contexto económico y cultural.

Al ser un reflejo del acontecer, el periódico se ve inmerso en las constantes transformaciones y dinámica de la realidad social. "La concepción del periódico como medio de comunicación masiva da por supuesto que ese medio es un actor puesto en interacción con otros actores sociales. Explicitar y desarrollar ese supuesto en el campo de la vida política puede ser, entonces, una manera diferente de perfilar el periódico, analizar su discurso público y hacer uso reflexivo y crítico de sus relatos y comentarios sobre una actualidad que nos involucra". (82)

De esta forma, el periódico oficial retomó su papel y función dentro de la sociedad, al presentarse el conflicto su carácter gubernamental quedó más que evidente, ya que mientras algunos otros medios denominaron a los rebeldes de Chiapas como "guerrilleros" *El Nacional* continuó la política informativa trazada por el gobierno para

(81) M. Robles. "Después del estallido, el gobierno multiplica comisiones, instancias, mesas y programas". *Proceso*, 21 de febrero de 1994, p. 22

(82) H. Borrat. op. cit. p. 9

el tratamiento periodístico del conflicto y siempre llamó a los sublevados como "transgresores de la ley".

El Estado de Derecho, que rige la vida del país estuvo entonces en entredicho, lo que quedaba a sus instrumentos de control como el gobierno y la administración pública y a los de cohesión social como la prensa, fue hacer sentir la legitimidad de sus acciones y demostrar ante la opinión pública su autoridad. Al respecto el político Enrique González Pedrero opina: "...el Estado como autoridad necesita de una justificación que ni da la fuerza con toda su efectividad y eficacia, ni otorga el poder exclusivo del poder con toda su legalidad. Hace falta la *legitimidad*. Cuando el Estado es legítimo tiene autoridad". (83)

La reorientación que se le dio a la política informativa de los diarios, propiciada por su excesiva dependencia respecto a los designios de la "línea" periodística gubernamental, desvió la atención de muchos de los acontecimientos, aunque fue difícil negar la importancia del levantamiento indígena en el sureste del país.

"El periodismo interpreta la realidad social para que la gente pueda entenderla, adaptarse a ella y modificarla. El periodismo puede considerarse un método de interpretación sucesiva de la realidad". (84) En el caso del periodismo hecho por el diario gubernamental durante el conflicto de Chiapas, si bien se cumplió con lo que la teoría dice, en la práctica y en el acontecer diario de la realidad la opinión pública se informó de lo que el gobierno quería que se informara.

El hecho de tener enfrente un acontecimiento que rebasó en mucho la propia realidad, propició que gran parte de lo que se había avanzado en materia de apertura informativa se le diera marcha atrás porque las autoridades al ver de alguna forma que otros medios daban a conocer versiones contrarias a las que se empeñó en difundir mediante sus propios canales e inclusive de los de la iniciativa privada, se encargó de darle un tratamiento informativo que respondió a los lineamientos oficiales.

La nueva orientación que se le dio a muchas de las variables económicas y políticas que el gobierno había apostado a que no se modificarían, finalmente se vieron afectadas por las circunstancias, entre ellas se encuentra una de las más importantes: el gobierno decidió dar por terminada la incertidumbre y especulación que se dio respecto al *El Nacional* mediante el anuncio de que finalmente se quedaría con él bajo ciertas condicionantes.

(83) E. González Pedrero. "La reforma del Estado". *Nexos*, febrero de 1990 p. 46

(84) L. Gomis. *Teoría del periodismo*. p. 35

Si bien la administración de Salinas de Gortari se caracterizó por darle un impulso moderno a todas las actividades oficiales, las relaciones entre la prensa y el gobierno también fueron sujetas de la nueva realidad político-social que el presidente quiso imprimir a su gestión.

Desde su toma de posesión y a lo largo de los seis informes de gobierno, la intención de sanear y hacer más claras las relaciones entre los medios de comunicación y el poder fue una de sus preocupaciones constantes. Sin embargo a pesar de ello, esta medida, que fue anunciada el 21 de diciembre de 1992, tal parece que se quedó en ello porque a pesar de que la iniciativa propone que "...los recursos que de destinen a publicaciones, discursos, anuncios e inserciones, deberán limitarse a la difusión o promoción de las dependencias o entidades...Queda prohibido que los servidores públicos dispongan de los recursos humanos y materiales de las dependencias para la realización de trabajos a terceras personas y se reitera el impedimento que en los viajes internacionales de los funcionarios se sufraguen los gastos de reporteros y periodistas". (85)

El objetivo de la medida fue, a la luz de los argumentos oficiales, primero, responder a la exigencia de credibilidad por parte de la opinión pública respecto a la información difundida en los medios, en especial a las actividades presidenciales y, segundo, generar un clima de transparencia en las relaciones del gobierno con la prensa.

El entonces director general de información de la Oficina de Comunicación Social de la Presidencia, Pablo Hiriart y coautor de la medida, la defendió porque "...está diseñada para traer como resultado el hecho de que todos salgamos ganando. Saldrá ganado el gobierno porque nos obligará a informar con mayor rigor, mayor profesionalismo acerca de las actividades presidenciales en las giras al exterior. Ganarán los medios porque ya no tendrán sobre sí la sombra de la sospecha de que están coartados de su libertad de expresión, o que están manipulando la información por el hecho de que fue recogida en un viaje que fue pagado por el gobierno". (86)

Todo ello se dio con la intención de tratar de borrar de tajo una práctica que ha marcado la historia de la prensa en su relación con el poder, no sólo público, sino

(85) *La Jornada*, 22 de diciembre de 1992

(86) C. Acosta Córdoba. "En las relaciones con la prensa, el gobierno intenta recuperar credibilidad". *Proceso*, 21 de septiembre de 1992, p. 19

también privado y que en un país como México, donde las costumbres se hacen leyes, será muy difícil erradicar.

Enmarcadas en un contexto donde México a partir del primero de enero de 1994 abriría sus fronteras a la competencia extranjera, especialmente a la de Estados Unidos y de Canadá, con la puesta en marcha del Tratado de Libre Comercio, la intención del gobierno con esta medida fue la de comenzar a establecer el marco propicio a nivel de política informativa más clara, abierta y plural, que generara credibilidad ante sus socios comerciales que gozan de relaciones con su medios de comunicación infinitamente diferentes a las de México, con lo cual el cuestionamiento por parte de los países de Norteamérica sobre el hecho de que en territorio nacional se mantuviera un control estricto sobre los órganos informativos, iba a deteriorar la imagen del régimen mexicano hacia el exterior.

Pero, a partir de la misma fecha de inicio del TLC ésta medida y muchas otras se vinieron a bajo, por el afán del gobierno de mantener una posición anacrónica de encubrimiento y censura ante los acontecimientos en afán de proteger el Estado de Derecho, lo que fue en detrimento de la supuesta apertura informativa y de opinión lograda.

### **3.7 Marcha atrás en el proceso.**

A poco menos de un mes de que la SHCP declaró desierta la subasta para la venta de *El Nacional*, su original e histórica cabeza de sector, la Secretaría de Gobernación anunció el 14 de febrero de 1994 la decisión del gobierno federal de no vender este medio en lo que restaría del sexenio.

Con ello, la decisión de desincorporar del sector público una empresa que se modernizó, reestructuró y adecuó a la nueva realidad competitiva, regresaba al regazo del Estado quien la cobijó desde su incorporación al aparato estatal el primero de enero de 1994.

Además, en lo económico el proceso de venta del diario dejó entrever muchas de las deficiencias que tuvo la desincorporación de entidades paraestatales, ya que su lugar poco preponderante dentro del esquema de privatizaciones no le dio oportunidad de mostrar a los inversionistas privados el potencial de negocio que se podría hacer mediante la eficiencia y redefinición de su mercado.

Al no ser una de las "estrellas" de la privatización, *El Nacional* al igual que Canal 13 y las demás empresas incluidas en el llamado "paquete de medios", tuvieron bajo la tutela gubernamental una posición sui generis,

toda vez que al tratarse de medios de comunicación su impacto dentro de la realidad social es más estrecho que otras empresas como las acereras o los bancos que tienen un fin más mercantilista.

Gobernación informó ese 14 de febrero que las ediciones del Distrito Federal y Guanajuato de *El Nacional* no se venderían ni transferirían a particulares en lo que resta del sexenio. "Tampoco será financiado por el gobierno y en la dirección general continuará Pablo Hiriart Lebert". (87)

Esta decisión obligó a la reestructuración organizativa del diario, mas no de sus contenidos y línea informativa.

De esta forma se cerró un proceso de venta que dejó muchas dudas sobre el aire, debido a dos sucesos: primero, los acontecimientos bélicos en Chiapas y la necesidad del Estado de legitimar sus acciones en un contexto donde los hechos desbordaron la realidad vendida hasta ese momento en los medios de comunicación masiva y que el propio aparato ideológico gubernamental no podía dejar que se le fuera de las manos y, segundo, al eminente carácter político del año de 1994, donde hasta ese momento la campaña del candidato del PRI a la presidencia, Luis Donaldo Colosio, no lució como se esperaba.

Así, el gobierno decidió dismantelar uno de los medios oficiales a lo que años atrás le dio todo el apoyo financiero y político para que se convirtiera en una mejor opción informativa para la sociedad y que a su vez diera pie a comenzar a desligar la idea de la eterna relación entre el periódico y el poder público mediante una apertura en sus páginas editoriales.

En una encuentro con periodistas después de sostener una entrevista con el secretario de Gobernación, Jorge Carpizo, Pablo Hiriart Lebert, director del rotativo explicó que *El Nacional* "tendrá que refinanciarse, ser más pequeño y de mejor calidad: un periódico en blanco y negro, de 48 páginas; los suplementos desaparecerán".

Al ser la Comisión Intersecretarial de Gasto Financiamiento la entidad encargada de evaluar las condiciones, criterios y viabilidad de la venta de empresas paraestatales, la decisión recayó sobre su responsabilidad ya que es la encargada de autorizar o rechazar la venta de las compañías estatales de acuerdo a su viabilidad en el proyecto nacional.

Después de más de 60 años de depender del presupuesto gubernamental, en su nueva etapa ya no de opulencia con recursos de más para poder modernizarse y

(87) *La Jornada*, 14 de febrero de 1994 p. 27

llegar a tener más de 13 suplementos diferentes y una nómina de 1,000 trabajadores, se enfrentó entonces a una de sus más crudas realidades: a partir de febrero de 1994 el diario se ajusta a su capacidad para generar recursos propios y de la venta directa de acuerdo a las condiciones del mercado.

Después de enfatizar las virtudes del diario durante el proceso de desincorporación y la nueva política de apertura de lo política editorial derivada de la relación Estado-prensa impulsada por el régimen salinista, la dependencia del matutino se mantiene en las directrices informativas de la Secretaría de Gobernación, pues su carácter de órgano oficial del gobierno simple y sencillamente se conservó.

Para un Estado, como el mexicano que se encuentra en un proceso de redefinición en lo político y social después de enfrentar actos que no se habían presentado antes, la posesión de un medio representa una fuente de apoyo en ese esfuerzo por modificar las variables que no funcionaron.

"El estado reformado y, o en vías de reformas, requiere tener capacidad para la difusión de su discurso, a fin de garantizar su deber y su derecho a legitimar sus acciones ante el conjunto de la sociedad. Es por ello que en el momento presente la reforma del estado supone y exige la reforma de las políticas públicas de comunicación". (88)

Y en efecto, la intención del gobierno al declarar desierta la subasta por *El Nacional* y adoptarlo nuevamente en una actitud paternalista, fue la de mantener dentro de su aparato la propiedad de un medio que cumpliera las funciones específicas diseñadas por las instancias oficiales para las empresas propiedad del Estado, en este caso, "difundir noticias de carácter nacional, internacional y de interés general, así como las actividades más importantes del Gobierno Federal".

En este sentido, *El Nacional* al transitar momentáneamente en el proceso de desincorporación y al estar a punto de vivir una nueva etapa dentro de las directrices del capital privado, nunca se debatió entre la dicotomía de responder a los criterios estatales o iniciar un camino hacia una nueva configuración de la información propia de lo que pudo ser su carácter privado.

Al respecto, José Carreño Carlán, escribió:

Estar hoy al servicio del Estado, para un medio de comunicación de pertenencia estatal, no puede entenderse como estar al servicio de la burocracia, ni de un partido, ni de un grupo poderoso, porque eso

(88) J. Medina Vieiras. "Redefinición de los medios públicos en México". Medios Públicos y Democracia. p. 72

sería suponer la pertenencia de ese medio a la burocracia, o al partido o a un grupo en el poder y creo que eso ha quedado rebasado históricamente y explícitamente en esas tres frases que hemos tratado de exponer. Es decir, esos medios aquí llamados públicos, dejaron de ser expresamente medios de propiedad del Estado; y sería un error suponerlos ahora simplemente medios de pertenencia burocrática, son medios del Estado en el sentido de que también obedecen a una concepción estatal, actual, moderna, abierta a los intereses y expresiones plurales de la sociedad. (89)

Sin embargo, el vocero oficial de la administración salinista si bien acierta a decir que los medios públicos son ahora también tribunas de las expresiones plurales de la sociedad, falla al concebir que no pertenecen a un grupo, pues basta solo ver lo que ha sido y sigue siendo *El Nacional* a lo largo de su historia: un instrumento de la subsecuente alternancia en el poder de los grupos políticos emanados de la Revolución Mexicana.

Al final de cuentas, el gobierno decidió quedarse con el diario en lo que dentro de las esferas políticas fue un cambio de señal en las intenciones originales, ante los acontecimientos políticos que se suscitaron en las postrimerías de la sucesión presidencial, donde el periódico oficial tendría que convertirse en una tribuna necesaria donde " la socialización del discurso, mensaje y valores estatales son los elementos primarios de su definición. A través de ellos cumple su función articuladora de la voluntad colectiva y contribuye a legitimar las políticas gubernamentales. Esto le confiere su función de referente social y de mecanismo de interlocución entre sociedad y Estado." (90)

Tal vez en el cambio de señal no importaron los 30 millones de dólares que invirtió el gobierno en dejar "presentable" ante los ojos del capital privado al periódico, ni los 8 millones que uno de los grupos estaba dispuesto a pagar, sino que el precio podría ser más alto: un mayor descrédito del gobierno ante la sociedad por el manejo informativo de hechos importantes como el de Chiapas.

Es más, en el ambiente político y periodístico esta percepción fue más que evidente, pues "fuentes de la secretaria de Hacienda indicaron que no habría una tercera licitación por la unidad del D.F. de *El Nacional*, el cual quedará en manos del gobierno por una decisión política de alto nivel" (91)

(89) J. Carreño Carlón. "De medios de partido y de gobierno a medios de Estado". Medios públicos y democracia. P. 87-88

(90) R. Rivapalacio. "Medios de Comunicación y cultura política". Medios, democracia, fines. p. 117-118

(91) M. Robles op. cit. p. 41

Como se mencionó antes, el costo político, de descrédito del Estado y sus instrumentos de operación como el gobierno y la administración pública, iba a ser más alto que el económico de haberse vendido el diario, porque ante los ajustes sociales dentro del sistema político mexicano, las razones de Estado prevalecieron para preservar su dominio ante la comunidad y uno de los elementos que coadyuvaron de forma importante a este fin fueron los medios de comunicación, en especial *El Nacional* cuyo carácter de órgano informativo del Estado Mexicano, dio de sí la razón para que la administración salinista decidiera quedarse con él como medio de mantenerse como puente de enlace legítimo (las empresas periodísticas privadas tienen en teoría la función de informar sobre hechos de relevancia e interés general, bajo el supuesto de responder a grupos políticos o económicos determinados) ante la opinión pública.

Al respecto Mario Huajuca y José Woldenberg, precisan:

Los aparatos ideológicos del Estado, no poseen una organización centralizada y funcionan con ideología principalmente. Son los encargados de reproducir las condiciones de explotación del sistema, mediante el encuadramiento de toda la sociedad en la ideología dominante, con todos sus elementos de sujeción al orden establecido. Entre estos aparatos podemos mencionar a los aparatos escolares, los aparatos políticos (como los partidos), y los aparatos de información y comunicación. Estos aparatos, que no forman parte siempre de las instituciones, que comprenden al Estado, son aparatos ideológicos de Estado por efectos de su funcionamiento, efectos que son eminentemente políticos. (92)

Al tener una diversidad de medios impresos en los cuales bajo una "línea" editorial dictada "desde arriba" en los casos más "delicados" de la vida nacional se podía tener difusión a las acciones y hechos oficiales, el gobierno restó importancia al proceso de venta del diario que nos ocupa, debido a que se cuestionó el hecho de que un Estado moderno como el que se quiso hacer ver durante la administración salinista, no necesitaba de un órgano informativo.

A pesar de ello, el peso de un medio informativo oficial dentro de la sociedad, cobró importancia en la medida que los hechos rebasaron las políticas editoriales dictadas por las instancias oficiales y los medios comenzaron a adentrarse más en la realidad de un conflicto que como el de Chiapas puso de relieve la debilidad del Estado en muchos de los ámbitos de su competencia. ¿Cómo podía el gobierno mexicano quedarse sin un canal de expresión por el cual dejara de dar a conocer sus

(92) M. Huajuca y J. Woldenberg. Estado y lucha política en el México actual, p. 265

puntos de vista y reflejara su posición ante una realidad social?

El reconocimiento de lo que quedó poco atendido por las políticas social y económica del actual régimen y su consecuente inconformidad, provocó al gobierno replantearse muchas de las medidas tomadas hasta ese momento, incluida la venta del que por años fue su vocero oficial. "La cultura política mexicana, vista a través del prisma de la prensa, mantiene, lamentablemente, su característica esencialmente autoritaria que, en un mundo donde la alta tecnología ha vinculada a tierras lejanas culturas distantes, y ha dado lugar a un avance cultural autodidacta de la sociedad, hace que los viejos modelos del pensamiento mexicano se alejen cada vez más de su base social". (93)

A la luz de los acontecimientos políticos que comenzaron a permear el año de 1994 al país y la importancia que cobrarían las elecciones presidenciales ante el avance de las fuerzas políticas de oposición y la creciente demanda de la sociedad por elecciones creíbles, el gobierno necesariamente requería de un espacio por el cual expresarse y legitimar ante los demás medios y la opinión pública de las acciones tomadas respecto a un determinado hecho o asunto público.

Si bien, el gobierno se ha caracterizado por mantener ciertas preferencias ideológicas y políticas por algunos medios, es decir, se ha llegado al exceso de que cada sexenio tiene su medio, sin que esto quiera decir que en momentos clave se haya delineado una política editorial diferente a la defensa de los intereses de ciertos grupos políticos. No por nada, *El Nacional* aunque es el órgano oficial del gobierno, no ha sido un medio que se haya visto beneficiado por su relación con el poder mediante información exclusiva o privilegiada, todo lo contrario pues se sabe dentro del gremio periodístico que el reportero de *El Universal*, Fidel Samaniego, es el principal cronista de la Presidencia y no el del diario gubernamental.

De cualquier forma, el gobierno no podía depender de la disponibilidad de los medios privados para emitir una opinión respecto a un hecho, aunque lo pudo hacer indefinidamente mientras las poco claras relaciones prensa-gobierno se mantengan, sin embargo en este caso se trataba más que la opinión de un régimen, la posición del Estado frente a la sociedad en relación a un acontecimiento determinado.

Al respecto, Rafael Rodríguez Castañeda afirma:

En los últimos cinco decenios prensa y gobierno en México han vivido enredados en una trama de relaciones equívocas. Resulta poco menos que imposible precisar dónde se originan los vicios

(93) R. Rivapalacio. "La prensa en México: una aproximación". *Este País*, p. 34

que desde los años cuarenta entorpecen y distorsionan la información periodística en el país: ¿en la mano que pide, en la mano que soborna, en la mano que recibe, en la mano que golpea?  
 En la insana relación prensa-gobierno, se mezclan los intereses económicos, políticos y aún facciosos -locales, regionales o nacionales-, que utilizan a los medios como instrumentos de influencia o presión.  
 Y también, por supuesto, los intereses muy particulares de periodistas, políticos y funcionarios. De sexenio a sexenio, de Presidente a Presidente, la situación prevalece: un gobierno que ejerce el autoritarismo prácticamente sin limitaciones, una prensa en su mayoría domesticada, y un público que desconfía por igual de la prensa y el gobierno. (94)

Si bien en la gama de percepciones que se dan en la vida cotidiana hay que tomar en cuenta el punto de vista de la percepción de la realidad periodística, "pues lo que los medios escogen y montan, es lo que laboriosamente forma la imagen periodística de la realidad que ellos ofrecen: su imagen del presente social" (95), al Estado mexicano no le convenía dejar de mostrar la realidad que quería que la sociedad viera y para ello era necesario mantener la propiedad de uno de sus medios, si bien no el más importante, sí el que mayor peso político tiene ante la opinión pública si se toma en cuenta la profundidad de las notas y artículos escritos que la imagen o el sonido de la televisión y el radio.

La investigadora Fátima Fernández Christlieb, afirma que "la historia de la prensa en México es la historia de la expresión de voceros de grupos políticos o económicos, matizada por fugaces publicaciones independientes" (96)

La afirmación de Fátima Fernández Christlieb, a pesar de los años, es vigente para los términos en que se han presentado los acontecimientos en el proceso de privatización de *El Nacional*. Más allá de que este medio respondiera a los intereses de grupo, no con ello se desligó de la función cotidiana de un diario como lo es publicar noticias, difundir cultura y entretener a los lectores.

Si bien esta función, innegable para cualquier medio de comunicación, ha estado y está presente en el diario gubernamental, al permanecer dentro de la esfera estatal por un interés expreso del gobierno ante el embate de la realidad, una mayor participación social y las transformaciones en los ámbitos político, económico y social, se ve obligado a recobrar su principal función, adicional y complementaria como entidad paraestatal, a las meramente periodísticas, es decir, difundir las actividades y hechos gubernamentales.

(94) R. Rodríguez Castañeda. op. cit. p. 13

(95) L. Gomis. op. cit. p. 14

(96) F. Fernández Christlieb. op. cit. p. 33

El investigador y periodista Raúl Trejo Delarbre, señaló hace algunos años, precisamente antes de enrolarse en las filas que le dieron una nueva vitalidad a *El Nacional* :

El gobierno paga, presiona, controla el suministro de papel y regatea la publicidad pero, justamente por esa falta de una auténtica política de comunicación, el gobierno no tiene una prensa eficaz. *El Nacional*, su periódico, a pesar de todos los esfuerzos que se hacen para revertir su histórico atraso profesional, sigue siendo aburridísimo. No importa que le añadan una sección de espectáculos o deportes; sigue siendo un periódico sin importancia real porque lo determinan criterios burocráticos, para no decir oficialistas. Ante la falta de mecanismos propios de comunicación en los medios escritos, el gobierno descansa, y descansa mal diría yo, en su influencia sobre el resto de la prensa. (97)

Pese a la afirmación de Trejo Delarbre, es evidente que esta preponderancia de los criterios burocráticos y oficialistas del gobierno en relación a sus medios de información, es un carácter recurrente en los momentos en que los acontecimientos sociales rebasan la esfera del control estatal y comienzan a tomar relevancia por otros canales que de alguna manera ponen en entredicho "la verdad" oficial.

El periodista Raymundo Rivalpalacio comenta, "la prensa mexicana nunca funciona como puente entre quienes gobiernan y son gobernados, ni es el espejo de la sociedad. Es el medio por el cual las élites se comunican entre sí. La mayor parte de la prensa mexicana no responde a las necesidades y reclamos populares, puesto que no está en contacto con ellos. La prensa se ha convertido en vocero para los que detentan el poder y no escucha al ciudadano común y corriente. En síntesis, la mayor parte de los medios está lejos de ser libre". (98)

El columnista económico Alberto Aguilar, quien siguió de cerca el proceso de venta de el diario, afirma: "si bien el periódico tuvo muchos problemas para salir a la venta, debido a las enormes deudas que tenía con otras instancias gubernamentales como la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y la Productora e Importadora de Papel, la decisión final de quedarse con *El Nacional* respondió a una postura política más que económica. Ante los acontecimientos de Chiapas, la muerte de Luis Donaldo Colosio y su desangelada campaña y las elecciones, seguramente el secretario de Gobernación, Jorge Carpizo, decidió que el diario finalmente no se vendiera". (99)

(97) R. Trejo Delarbre citado por R. Cordera. "Prensa, poder y ..." *Nexos* p. 32

(98) R. Rivalpalacio. op. cit. p. 4

(99) Entrevista a Alberto Aguilar realizada el 20 de febrero de 1994

Los acontecimientos anteriores a la decisión del gobierno federal de declarar desierta la venta del diario, por una parte, y la necesidad de contar con un vocero que difundiera la opinión oficial frente a un determinado hecho social, político o económico, se convirtieron en dos de las razones de peso para que *El Nacional* se quedara como parte de la administración pública y el aparato gubernamental que durante la administración de Salinas de Gortari se redujo notablemente.

Los criterios económicos que en el inicio del sexenio permearon la administración salinista respecto a la privatización de empresas no prioritarias y estratégicas, el redimensionamiento del Estado, la diversificación de las actividades estatales dentro de la economía y otras por el estilo, quedaron supeditados a una decisión política que no se tenía prevista y que, por tanto, no se pudo visualizar en un contexto donde los vertiginosos acontecimientos rebasaron las capacidades de decisión del gobierno en el sentido de que les fue muy difícil conciliar un plan ya trazado, el cual hizo énfasis en las razones y argumentos económicos, para delinear una política informativa abierta y plural que respondiera a las necesidades de la sociedad y le diera credibilidad a las medidas tomadas por una gestión presidencias que lejos de beneficiar a la población iban en su detrimento.

Sin embargo, esto no sucedió y en su lugar se volvió a ver un diario servil que trató de ocultar al máximo, como ha sido su costumbre, la realidad y proteger los intereses del gobierno en turno, porque si bien *El Nacional* es un instrumento del Estado por el cual se cuidan aspectos tales como soberanía, independencia, libertad, rectoría social y otros, también se convierte en un instrumento no sólo del gobierno en turno, sino del grupo en el poder que ha dominado la escena política del país desde hace ya más de 60 años.

Aunado a los acontecimientos suscitados en 1994, el resultado de las elecciones federales que dio como triunfador a Ernesto Zedillo Ponce de León, representó un reto y a la vez una encrucijada política al gobierno en el sentido de que al vender uno de sus principales medios de comunicación, Canal 13 ya había pasado a formar parte de la iniciativa privada, y ante una opinión pública cada vez más participativa tuvo que reorientar su política informativa hacia los demás medios en los que se incluyó la necesidad de tener y conservar el periódico que legitimara la aplicación de esa política hacia los demás diarios, cadenas de televisión y emisoras de radio en torno a una solo punto de vista: el del régimen.

Tomando en cuenta que los medios de comunicación y en especial los diarios orientan su discurso y todas sus actuaciones en torno al logro de ciertos efectos que se consideran posibles y deseables, "trata de resolver satisfactoriamente los

conflictos que lo, tienen por participante , asegurar ciertos apoyos y conquistar otros, lograr que las decisiones de los centros de poder político y económico den satisfacción a sus propias demandas" (100), esta afirmación es aun más evidente para un diario gubernamental, cuyo principal objetivo es el de dar a conocer a la sociedad las acciones y hechos de gobierno bajo la percepción no del periodista que va y recoge la información, ni la del editor que decide, de acuerdo a la importancia de la declaración o los hechos, la forma en como se debe ordenar la información, sino de una estructura política que sabe y quiere provocar los efectos que desea en la sociedad de antemano y de acuerdo a sus intereses de grupo.

El futuro del que fuera órgano informativo del PNR y del PRM y la tribuna política por la que muchos de sus directores llegaron a obtener diversos puestos en la administración pública de los presidentes que cubren la historia reciente del país desde Plutarco Elías Calles hasta Carlos Salinas de Gortari, es aún incierto.

La decisión de que permanezca dentro del aparato estatal hasta el final de la administración salinista para cumplir el mismo propósito de adulación, servilismo, protección y defensa de los derechos e intereses de un grupo, que lo ha caracterizado a lo largo de su historia, dependerá de la política económica que hacia las empresas públicas desarrollo el presidente Ernesto Zedillo.

Si bien las tendencias son muy diferentes a las presentadas en la sucesión presidencial de 1988, debido a que la participación política de la sociedad es cada vez más evidente y a que los ojos del mundo están puestos en las elecciones de nuestro país para garantizar que se encuentra, como fue el argumento principal de la política exterior de Salinas de Gortari, en vísperas de acceder al Primer Mundo, se espera que durante la administración de Ernesto Zedillo, la política económica no varíe en relación a la que se ha presentado hasta ahora y por tanto haya una nueva etapa en el proceso de privatización que incluya a las entidades que todavía tiene el Estado, por supuesto que ésta se aplicaría a *El Nacional*.

Sin embargo, se presenta también la posibilidad, si bien no remota, si viable, de liquidar en forma definitiva el matutino y terminar, ahora sí con un afán de modernización en vísperas de la entrada a un nuevo milenio, con la anacrónica tendencia de que el estado tenga un medio de comunicación propio para defender sus intereses ante la sociedad y dedicarse entonces a las funciones que le son inherentes.

(100) H. Borrat. Op. cit. p. 150

## CONCLUSIONES.

La indefinición gubernamental de vender el periódico *El Nacional* para luego decir mantenerlo dentro de la estructura pública, contradice de entrada el planteamiento y la política que rigió sobremanera la administración del presidente Carlos Salinas de Gortari de abrir mayores espacios a la participación de otros sectores de la sociedad en áreas antes exclusivas del Estado mediante la privatización de empresas públicas.

La desincorporación de éste y otros medios de comunicación como corporación Mexicana de Televisión, concesionaria de Canal 13, hoy Televisión Azteca, que durante años tuvieron una importancia secundaria para efectos de los intereses de las políticas informativas y de imagen para las diferentes administraciones presidenciales, fue una decisión acertada desde el punto de vista oficial dentro del contexto de seguimiento de tendencias como redimensionamiento y reforma del Estado, pero no para otros, incluidos los mismos actores del proceso.

¿Es válido que el gobierno, como parte de un Estado moderno, como han dado en llamar los artífices del cambio, tenga un periódico oficial que sirva de contrapeso a la crítica y diversidad de puntos de vista que sobre la realidad tienen los actores sociales, cuando en muchos casos, como el diario en cuestión, se convirtió más en el vocero de los grupos políticos que se sucedieron después de la Revolución Mexicana que en el verdadero medio de expresión de los sentimientos de la sociedad y de sus necesidades?

La evaluación del papel que tuvieron y tienen los medios estatales en cuestión, si bien fue importante en términos de la conformación de un sistema de comunicación gubernamental, pero hay que recordar que debido a diversas razones de índole político, social y económico, así como al impacto que generan dentro de la estructura social en la que se desarrollan, el gobierno, que no el Estado, decidió mantener la propiedad sobre el diario *El Nacional*, lo cual pone en entredicho la viabilidad y verdadero objetivo de la política de desincorporación de empresas estatales que caracterizó a la administración presidencial anterior.

En el caso del proceso de venta de *El Nacional*, a primera vista parece una confrontación de ideas e intereses derivada de la intención primaria de venderlo bajo los argumentos estatales, sencillos y prácticos, de la política de privatización en la que se desincorporan las empresas paraestatales que ya no cumplen con los objetivos para los que fueron creadas y la decisión de mantenerlo dentro del aparato administrativo público con el objeto de responder a la defensa de los intereses de grupo y de país ante ciertas

eventualidades que llegaron a poner en riesgo la estabilidad social y la del propio Estado de derecho.

Pero cabe una pregunta, ¿por qué en lugar de revitalizarlo con una gran cantidad de recursos para su modernización, no lo liquidó o desapareció definitivamente si se convertía en un obstáculo y peso presupuestal para alcanzar los objetivos oficiales de atender las necesidades de los sectores más necesitados?

Esta aparente contradicción, se transforma en un argumento válido si se considera que dos de los instrumentos ejecutivos de las acciones de Estado, como son el gobierno y la administración pública, tuvieron que actuar de forma inmediata para tratar de contrarrestar los efectos negativos y contrarios a sus funciones, derivados de desajustes en el sistema, como fueron los acontecimientos de Chiapas, el asesinato del candidato del partido oficial a la presidencia, los secuestros de connotados empresarios, las elecciones federales y el descrédito del instituto político gobernante que afectarían la imagen del Estado Mexicano ante una sociedad acostumbrada, no por convicción sino por imposición, a la paz y concordia.

En un mercado periodístico donde el lector tiene la opción de escoger entre más de 30 diferentes matutinos, para el gobierno habría sido muy fácil recurrir, como lo ha hecho en otras ocasiones, a la gran variedad de medios existente para definir una imagen estatal favorable ante los ciudadanos con una política informativa que ensalzara sus acciones y justificara sus proceder, pero en el caso de los acontecimientos de 1994, esta tendencia no se pudo sostener debido a que no se trataba de destacar la figura de un hombre con la investidura presidencial o difundir la entrega de alguna obra pública en beneficio de la comunidad, sino la defensa del propio Estado de derecho, para lo cual, el régimen salinista, hechó mano de todos los canales de informaciones disponibles para justificar sus políticas.

De manera muy pragmática, lo que el gobierno trató de hacer fue mantener la propiedad de su órgano oficial, para validar la posición política oficial vertida en los otros medios de comunicación, ya que ante la opinión pública el hecho de difundir la postura gubernamental frente a los acontecimientos de la realidad en una estructura periodística dominada por el capital privado, en el caso de que se hubiese vendido el diario, y en teoría y apariencia independiente, traería un costo político muy alto: el descrédito del Estado Mexicano. Sin embargo, se hubiese buscado las formas más férreas de control de la prensa, como de hecho se hicieron en el caso de levantamiento de Chiapas cuando la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de

Gobernación dio "línea" a los medios para erradicar de sus informaciones conceptos como "guerrilleros" o "Ejército Zapatista de Liberación Nacional" para cambiarlos por "transgresores de la ley", para no dejar que esa libertad fuera en contra de los propios intereses estatales.

Para lograr su cometido, el gobierno tuvo que hechar mano de todos los medios a su alcance, antiguos como la censura o modernos como "las sugerencias" de RTC para definir la política editorial de las empresas periodísticas, inclusive retractarse de una decisión que se vio tan determinante en su momento como fue la privatización de su órgano de difusión oficial.

¿Hasta qué punto *El Nacional* era una entidad prioritaria?. Su carácter empresarial se vio en el periódico desde el momento en que los intereses de Estado, gobierno y grupo político se vieron afectados, pues antes de 1994, el diario era para las autoridades gubernamentales otra más de las empresas que engrosaban la imagen del Estado, argumento que se vino abajo con los hechos referidos y con los que se cuestionó la importancia que el medio tuvo para el gobierno en momentos de crisis.

Sin embargo, los primeros meses de 1994 iban a marcar un parteaguas, no sólo para las relaciones entre la prensa y el gobierno, sino también para la justificación de la selectividad con que se llevaron a cabo los programas económicos y sociales de la administración salinista y para la propia historia del país, en la que el propio Estado, y por consecuencia el gobierno, tuvo que reconocer errores en la instrumentación de las medidas tendientes supuestamente a eliminar los efectos sociales derivados de los programas económicos de choque.

El levantamiento de un grupo de indígenas chiapanecos en las zonas más pobres del país, el asesinato del que fuera candidato priista a la presidencia de la República, Luis Donaldo Colosio, el descontento social derivado de la aplicación de programas económicos de austeridad, la falta de democracia al interior del PRI que representa en sí el propio gobierno, la exigencia interna y externa de elecciones limpias y la ola de secuestros en contra de los prominentes empresarios surgidos a lo largo del sexenio, fueron hechos que de alguna manera ponían en duda la viabilidad y permanencia de los cambios implementados en los seis años de gobierno de Salinas de Gortari y que llegaron precisamente en el momento en que se creía que todo se había cumplido conforme a lo proyectado.

Además, el misterioso crimen del secretario general del PRI, José Francisco Ruiz Massieu, llevó al régimen a dar marcha atrás en la decisión de desincorporar el periódico

*El Nacional*, por considerarlo, ahora sí, una entidad que retomó su carácter estratégico, tan cuestionado antes del anuncio de su venta.

Fue entonces que el diario recobró ese carácter para convertirse en el instrumento por el cual tendría que validar muchas de sus acciones y opiniones en relación a los hechos que llegaron a rebasar su control y que de alguna forma tendrían que volver a retomar su camino.

Al decidir quedarse con el periódico, el gobierno apostó a una política informativa que tuvo que ser modificada ante la "contingencia" de los eventos que se presentaron con el inicio del año, además de renunciar a su compromiso de sanear las relaciones con los medios y dar nuevos espacios a la participación de voces y opiniones diferentes a las suyas, para entonces proteger los intereses de grupo que se vieron afectados gravemente con el cuestionamiento generalizado que se hizo de las políticas y económicas.

Coincidencia o no, la determinación de quedarse con el diario se presentó en momentos claves para el rumbo político del país, debido a que al interior del partido oficial se comenzaron a presentar rupturas que llegaron a poner en peligro la legitimidad del sistema político, en virtud de que el gran aparato gubernamental mantiene una estrecha relación con el quehacer partidista. Aunado a ello y de forma paralela a los hechos que conmovieron al país, se tuvo que sacrificar los intereses individuales por los del partido.

Así, no sería aventurado decir que ante la opinión pública *El Nacional* dejó de ser el órgano oficial del gobierno para pasar a ser nuevamente el medio de información del partido con el fin de que desde esa posición se lanzara con mayor ímpetu, una vez estancados en el interés de la sociedad los hechos que marcaron el comienzo de 1994, la campaña y el régimen del presidente Ernesto Zedillo Ponce de León, cuya candidatura a la presidencia llegó en un momento de grave crisis política al seno del PRI y del total descrédito del sistema ante los ojos de la sociedad.

El hecho de que en menos de dos años hayan pasado por el diario tres directores después de la salida de José Carreño Cartón, Francisco Báez Rodríguez, José Antonio Dávila y Pablo Hiriart, todos ellos militantes del PRI, no fue un buen indicativo de las intenciones que se tenían para el diario. Todavía el 25 de julio de 1994, el entonces Secretario de Gobernación, Jorge Carpizo, dio a conocer que Guillermo Ibarra, ocuparía la dirección de *El Nacional* en sustitución de Pablo Hiriart.

Claras fueron las intenciones del entonces responsable de la política interna del país, al poner en un puesto clave al que fuera uno de sus asesores durante su gestión al frente de la Procuraduría General de la República, ya que se trata de tener a hombres de confianza en puestos clave. Miguel Angel Granados Chapa, en su columna Plaza Pública, publicada el 29 de julio de 1994 en el diario *Reforma*, escribió: "Desprovisto del suculento apoyo financiero del que dispuso en la primera mitad de esta sexenio, cuando lo dirigió José Carreño Carlón, el diario había venido claramente a menos en todos los órdenes, salvo en su persistente afán de torcer su vocación siendo órgano de grupo y no del Estado como, aunque resulte un anacronismo, debiera ser".

Si así fuera, esta función, sólo sería pasajera porque de acuerdo a los antecedentes del extitular de la desaparecida Secretaría de Programación y Presupuesto y de Educación Pública y ahora presidente de México, seguramente se cuestionará mucho la propiedad de un medio gubernamental, y quizá no solo de *El Nacional* sino también de los que todavía posee el Estado, porque de acuerdo a lo declarado en su campaña política existen aun muchas empresas paraestatales por privatizar y no extrañaría a nadie que el diario fuera una de las primeras en entrar a una nueva etapa del proceso de venta de entidades gubernamentales iniciado por Miguel de la Madrid.

Otra posibilidad, no tan remota como la de vender el diario en el próximo sexenio, sería la de desaparecerlo bajo el argumento de que representa un obstáculo en el propósito de sanear las finanzas de la nación con la reducción de recursos destinados a empresas que no cumplen los objetivos estratégicos de la nación y que contrariamente, generan gastos e ineficiencia, premisas que se sumarían a las ya existentes y que tienen que ver con la eliminación del subsidio gubernamental para el diario y la aplicación de una política de autofinanciamiento que finalmente puede ser la pala que cave su propia tumba.

**BIBLIOGRAFIA.**

- Borrat, Héctor. El periódico actor político. Barcelona, 1989. Ed. Gustavo Gilli, col. Mass Media, 167 pp.
- Brasdefer, Gloria. Las empresas públicas en México. México, 1986, Instituto Nacional de Administración Pública, 132 pp.
- Calvimontes y Calvimontes, Jorge. El periódico. México 1990. Trillas, 131 pp.
- Carreño Carlón, José. "De medios de partido a medios de Estado". Medios Públicos y Democracia. México, 1992. Secretaría de Gobernación. Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, 133 pp.
- Carrillo Castro, Alejandro. La Reforma Administrativa en México. México 1986, Instituto Nacional de Administración Pública, 254 pp.
- ..... y García Ramírez, Sergio. Las empresas públicas en México. México 1989, Grupo Editorial Miguel Angel Porrúa, 239 pp.
- Casar, María Amparo y Peres, Wilson. El Estado empresario en México: ¿agotamiento o renovación?. México 1988, Siglo XXI Editores, 239 pp.
- De Gregorio, Domenico. Metodología del periodismo. Madrid 1979, Rialp Editores, 128 pp.

- Escamilla Gil, Ma. Guadalupe. Un diario para el auge y la crisis. México 1991. Editado por *El Nacional*, col. "*El Nacional* en la Historia de México", 268 pp.
  
- Fernández Christlieb, Fátima. Los medios de difusión masiva en México. México 1987. Juan Pablos Editores, 331 pp.
  
- Fernández Santillán, José. Política y Administración Pública en México. México 1989, Universidad Autónoma Metropolitana, col. Ensayos, 150 pp.
  
- García Ramírez, Sergio. "Constitución y ordenamiento de la empresa pública". Mercado de valores. México 1981, Nafinsa, núm 34 año XLI
  
- Garrido, Luis Javier. El Partido de la Revolución Institucionalizada. México 1986, Sep-Siglo XXI Editores, 493 pp.
  
- Gomiz, Lorenzo. Teoría del periodismo. México 1991, Paidós. serie Comunicación, 212 pp.
  
- Gutiérrez Espíndola, José Luis. Un diario para la Revolución. México 1991, editado por *El Nacional*, col. "*El Nacional* en la Historia de México", 274 pp.
  
- Huajuca, Mario y Woldenberg, José. Estado y lucha política en el México actual. México, 1987, Ed. El Caballito, 286 pp.
  
- Lombardo García, Irma. (compiladora). Prensa y Poder. México 1993, FCPS, 313 pp.

- Medina Vieiras, Jorge. Redefinición de los medios públicos en México". Medios públicos y democracia. México 1992, Secretaría de Gobernación, Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, 133 pp.
- Mejía Barquera, Fernando. Un diario de contrastes. México 1991, editado por *El Nacional*, col, "*El Nacional* en la Historia de México, 417 pp.
- Meyer, Lorenzo. "El primer tramo del camino". Historia General de México. México 1985, El Colegio de México, 1456 pp.
- Reyes Heróles, Federico. Ensayo sobre los fundamentos políticos del Estado contemporáneo. México 1983, Unam, 102 pp.
- Rivapalacio, Raymundo. "Medios de comunicación y cultura política". Medios, democracia, fines. México 1990, coedición Unam-Notimex y la Fundación Friedrich Nauman, 336 pp.
- Rodríguez Castañeda, Rafael. Prensa vendida. México 1993, Grijalbo, 386 pp.
- Romero, Miguel Angel y Méndez Luis. México en la década de los ochenta: la modernización en cifras. México 1990, Universidad Autónoma Metropolitana, 528 pp.
- Secretaría de la Presidencia. Manual de organización de la Administración Pública. México 1976. Dirección General de Estudios Administrativos, 487 pp.
- , Glosario de términos administrativos. Coordinación General de Estudios Administrativos. México 1977, 480 pp.

- Secretaría del Trabajo y Previsión Social. "Apertura del segundo año de sesiones de la XXXVIII legislatura". México a través de los informes presidenciales (política laboral). México 1975, 586 pp.

#### HEMEROGRAFIA.

#### REVISTAS

- Aguirre Montalvo, Alberto. "La venta de *El Nacional*, otro capítulo de la modernización". Proceso núm. 805, 6 de abril de 1992.
- Cordera Campos, Rolando (compilador). "Prensa, poder y sociedad". Nexos, junio de 1985, pp. 25-35.
- Galarza, Gerardo. "*El Nacional* se vende por falta de excedentes para la inversión". Proceso, núm. 806, 13 de abril de 1992
- González Pedrero, Enrique. "La Refoma del Estado". Nexos, febrero de 1990, pp. 45-52.
- Loya, Sergio. "Salinas preconizaba una revolución sin mitos, la sublevación acabó con uno de ellos: la estabilidad social". Proceso, núm. 897, 10 de enero de 1994.
- Maza, Enrique. "Sobre la mesa las cartas de cuatro grupos que se disputan los medios de Estado". Proceso, núm. 861, 3 de mayo de 1993.
- Rivapalacio, Raymundo. "La prensa en México: una aproximación". Este País, junio y julio de 1993, pp. 33-35 y 43-45.
- "¿Un periódico para el presidente?". Este País, Febrero de 1993, pp. 37-38.

- Robles, Manuel. "El gobierno se queda con *El Nacional*: invirtió 30 millones de dólares y sólo recibieron ocho". Proceso. núm. 899, 24 de enero de 1994.

....., "Después del estallido, el gobierno multiplica comisiones, instancias, mesas y programas". Proceso. núm. 904, 21 de febrero de 1994.

- Salinas de Gortari, Carlos. "Reformando el Estado". Nexos. Abril de 1990, pp. 27-33.

#### DIARIOS

- Aranda Pedroza, Enrique. "Indicador Financiero". *El Universal*, 27 de febrero de 1993.

- Barranco, Chavarría, Alberto. "¿Quién es Ricardo Salinas?, Cosmovisión cruza los dedos, Se adelanta impasse sexenal". *El Financiero*, 20 de julio de 1993 p. 12

....., "Un rival para Televisa". *La Jornada*, 24 de noviembre de 1992, p. 36

- De la Madrid Hurtado, Miguel. "Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988". *Diario Oficial de la Federación*. 31 de mayo de 1983.

- Ramírez, Carlos. "Indicador Político". *El Financiero*, 12 de marzo de 1993.

- Salinas de Gortari, Carlos. "Nuevo papel del Estado en la comunicación social". *El Nacional*, 9 de abril de 1992.

....., Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994.  
*Diario Oficial de la Federación*, mayo de 1989.

***Diario Oficial de la Federación***: 31 de noviembre de 1946; 21 de diciembre de 1946; 12 de diciembre de 1951; 29 de julio de 1979.

***La Jornada***: 11 de noviembre de 1992; 24 de noviembre de 1993; 2 de enero de 1994; 15 de febrero de 1994 ; 17 de abril de 1992.

***El Financiero***: 12 de marzo de 1993 y 20 de junio de 1993.

***El Nacional***: 29 de mayo de 1929; 31 de mayo de 1929; 19 de junio de 1929; 4 de febrero de 1930; 30 de mayo de 1931; 5 de febrero de 1935; 1 de enero de 1941; 22 de diciembre de 1952; 10 de abril de 1962; mayo de 1931; 1 de enero de 1941; 29 de mayo de 1929; 5 de febrero de 1935; 22 de diciembre de 1952; 10 de abril de 1962; 3 de abril de 1992; 9 de abril de 1992; 7 de enero de 1993 y 8 de noviembre de 1993.

***El Economista***: 16 de marzo de 1993 y 20 de julio de 1993.

***El Universal***: 27 de febrero de 1993 y 24 de mayo de 1993.

#### **ENTREVISTAS.**

- Aguilar, Alberto. Entrevista realizada por el autor el 24 de febrero de 1994.

- Trejo Delarbre, Raúl. Entrevista realizada por el autor el 16 de marzo de 1992.

- Meléndez, Jorge. Entrevista realizada el 22 de febrero de 1994.

#### **DOCUMENTOS.**

- Carreño Carlón, José. Informe anual de la Dirección de *El Nacional*. 42 pp.

108.

- Secretaría de Hacienda y Crédito Público. La Desincorporación de entidades públicas. Unidad de Desincorporación de Entidades Paraestatales, México 1992, 42 pp.