

29.21

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

"PAPEL Y MEDIOS IMPRESOS"

DESARROLLO ECONOMICO Y SOCIAL Y DERECHO A LA INFORMACION

TESIS PARA OBTENER TITULO
EN SOCIOLOGIA
ELABORADA POR:
AQUILES FUENTES FIERRO

MEXICO D.F DICIEMBRE DE 1983.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

INDICE.

PROLOGO	5
CAPITULO I.- <u>Introducción; Economía y Medios Masivos de Comunicación en México.</u>	11
La Economía Nacional.	15
CAPITULO II.- <u>Conformación de la Industria del Papel y los Medios de Comunicación Impresa.</u>	19
Los Medios de Comunicación Impresa.	21
CAPITULO III.- <u>La Industria Mexicana del Papel y las Empresas Productoras para la Escritura e Impresión.</u>	29
A.- Una Visión Macroeconómica de la Industria del Papel.	29
El Papel para Escritura e Impresión.	45
B.- Las Empresas Productoras de Papel para los Medios de Comunicación Impresa; sus Características Principales.	57
Apéndice Estadístico.	81
CAPITULO IV.- <u>Medios de Comunicación Impresa; Libros, Prensa y Subliteratura.</u>	87
A.- La Industria Editorial en su Conjunto.	87
Los Medios Impresos a partir de 1970.	93
B.- El Libro.	116
Características de las mayores empresas editoriales.	128
C.- Prensa.	131
D.- Subliteratura.	153
BIBLIOGRAFIA.	165

PROLOGO.

La centralización y monopolización inherentes a la comunicación social en México, el frustrado Derecho a la Información, la marginación de los procesos informativos de la mayor parte de la sociedad mexicana, las limitaciones natales de la Reforma Política así como, en un terreno más general, la lucha por democratizar el sistema nacional de comunicación social, son procesos y fenómenos estrechamente vinculados entre sí y urgidos de una respuesta integral. Por ello, la presente investigación tiene por objeto desde la perspectiva del análisis económico, definir las características del crecimiento y estructuración de las industrias del papel y de la comunicación impresa en México. -- Asimismo, se presenta una relación de esta perspectiva con los procesos políticos correspondientes a la comunicación social en el país.

Realizar un diagnóstico económico de un área de la comunicación nacional adquiere relevancia toda vez que este tipo de investigación prácticamente no se ha desarrollado en el país y, además, posibilita establecer una relación entre la comunicación social y las principales tendencias tanto en el ámbito de la política económica como del desarrollo de la formación social mexicana y la crisis económica que hoy define nuestra realidad.

La historia de la investigación es accidentada y posee una paradójica significación relacionada con su contenido. Originalmente, el proyecto para realizar esta investigación formaba parte de otro de mayores dimensiones cuyo objetivo era la elaboración de un diagnóstico del desarrollo económico del conjunto del sistema nacional de comunicación social para la entonces --- Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, institución en la cual yo prestaba mis servicios como investigador. Esta y otras tres investigaciones más se llevaban a cabo como continuación del trabajo elaborado con

vistas a integrar un diagnóstico general de la comunicación en México y una propuesta de ley reglamentaria del artículo 6° --- constitucional -documento de seis mil cuartillas que nunca se - dió a conocer a la opinión pública-, el cual concluyó en agosto de 1981. A pesar de que nunca se legisló en la materia y se dió marcha atrás en el propósito de legislar el derecho a la información como resultado del embate de los grupos más reacciona--- rios de la radio, la prensa y la televisión, en la Coordinación de Comunicación Social se tomó la decisión de abrir una nueva - etapa de investigación, quedando bajo mi responsabilidad el trabajo mencionado. Cuatro meses después renunció el coordinador, Luis Javier Solana. En ese momento concluyó todo, pues Francisco Galindo Ochoa, nuevo titular de la Coordinación, además de - cancelar todos los proyectos de la Dirección de Planeación, eje cutó el despido de más de 120 empleados que ahí prestábamos --- nuestros servicios.

Al quedar la investigación en mis manos, decidí recortarla y continuar trabajando en función a la tesis profesional. Escogí la industria del papel y los medios impresos (libros, prensa y subliteratura) por ser el ramo que tiene mayores fuentes de - información económica y porque la crisis de la industria editorial puede tener consecuencias catastróficas para el desarrollo y la difusión de la cultura nacional. Ahora bien, parte de la - estadística empleada para integrarse en el diagnóstico de me--- dios impresos concluido en agosto de 1981 y bajo la responsabilidad del investigador Oscar Olvera, quien en el número 3 de la revista connotaciones (revista de la AMIC) publicó una síntesis. Dicho diagnóstico no profundiza en el terreno económico y la información coincidente tiene interpretaciones diferentes porque se sujetó a métodos y marcos conceptuales también diferentes. - Esto es importante aclararlo a pesar de que la base estadística no es la misma.

Al reflexionar sobre la historia de la investigación y la

negativa para legislar en materia de comunicación he llegado a ciertas conclusiones que vale la pena mencionar. La iniciativa sobre el derecho a la información tuvo su origen en López Portillo y tuvo su primer resultado en 1977 cuando se le agregó un párrafo al artículo 6° de la constitución en el cual se asentaba que el Estado garantiza el Derecho a la Información. Si bien los efectos de la crisis de 1976 seguían teniendo peso, el optimismo estatal crecía como consecuencia del inicio del auge petrolero. A partir de entonces el Derecho a la Información, ambiguo por naturaleza, estuvo en boca de todos los políticos. Algunos sectores dentro del Estado vieron la posibilidad de llegar más lejos y el mismo presidente decidió actuar con prudencia y conocimiento de causa.

Mientras hubo bonanza económica, el Estado privilegió ambiciosos proyectos de investigación no por ello innecesarios. Ello implicaba un reconocimiento al rezago de la actividad de investigación social y a la tradicional creación de planes sin el mínimo conocimiento de la realidad donde se pretendía ponerlos en marcha. Sin embargo, el retorno de la crisis puso de manifiesto que la lógica del Estado no se conduce por esos causes. Al sobrevenir la baja en los precios del petróleo y los primeros síntomas del crac económico el apoyo a este tipo de trabajo comenzó a menguar. Curiosamente, de manera paralela al ahondamiento de la crisis fue haciéndose a un lado la idea de congelar la reglamentación del derecho a la información. No es tan sencillo atreverse a plantear una relación directa entre ambos fenómenos; debe haber mucho de coincidencia.

Como quiera que sea, tanto la investigación como la democratización de el sistema de comunicación social, quedaron en el olvido a partir de la crisis. La coyuntura económica ha propiciado una mayor unilateralidad en las decisiones estatales -- así como un nulo interés por fomentar la investigación, pues ésta seguramente pondrá en entredicho la política estatal, misma

que ya ha sido decretada como la única correcta.

La investigación consta de 4 capítulos. En ellos se preten de visualizar el universo del papel para la impresión y los medios de comunicación impresa a partir de 1970.

A lo largo del texto se analizan las condiciones económi--cas del sector que condicionan en mayor o menor medida el tipo de publicaciones que prevalecen en el país. En tanto industria, el papel y la comunicación impresa han desarrollado un marco --histórico que tiende a restringir la circulación de la crítica. La imposición de un concepto de libertad de expresión más empre--sarial que democrático ha ocasionado que, en los hechos, sólo -quienes disponen de capital pueden expresarse.

En el primer capítulo, de carácter introductorio, se anali--za la relación existente entre un sistema de comunicación so---cial y el capital social. También se hace un pequeño balance so--bre el desarrollo económico en México y las características de la crisis. En gran medida sólo es un esbozo que sirve de marco a la investigación.

El segundo capítulo se centra en la formación e integra---ción de la industria del papel y de los medios de comunicación impresa. Puede considerarse como el marco histórico.

El tercer capítulo está dedicado a la industria del papel, particularmente al de escritura e impresión. Primero se efectúa un análisis macroeconómico de la industria y, posteriormente, -se presenta una relación minuciosa de las empresas dedicadas a producir papel con usos editoriales.

El último capítulo corresponde a la industria editorial y lo divide en cuatro secciones. La primera estudia de manera glo--bal a la industria editorial mexicana. Las restantes están dedi--cadas al libro, la prensa y la subliteratura.

La mayor parte de la información utilizada fue recopilada en fuentes primarias. Los cuadros y las gráficas fueron calcula--

dos deflactando los valores a pesos de 1960 con el fin de asegurar la validez de la información y evitar distorsiones producto de el elevado índice inflacionario.

Por último, antes de abordar el tema, quiero agradecer a - Alejandro Aréchiga, Armando Alanís y Carlos Mercado quienes fueron compañeros de trabajo en la época de la Presidencia; a Os--car Olvera por su ayuda y gran amistad así como a Juan José Kochen, quien leyó, criticó e hizo valiosas sugerencias durante - todo el proceso de investigación.

Mención aparte para Virginia y Xavier. Con su amistad y la infraestructura mecanográfica ayudaron mucho a la existencia de esta investigación.

CAPITULO I.- Introducción. Economía y Medios Masivos de Comunicación en México.

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

La conformación de los medios de comunicación social como sector definido de la economía y de la industria está dada por el origen y desenvolvimiento de éstos como propiedad privada, - es decir, por ser inversiones de capital privado en el marco de una economía capitalista en la que el móvil de la ganancia y la reproducción de la clase dominante son constantes prioritarias. En ese sentido, el medio de comunicación también es un productor de mercancías sujetas a la dinámica de los ciclos y los flujos económicos. Los medios de comunicación juegan un destacado papel en la determinación de la velocidad de rotación del capital social. Su función, en el marco de la sociedad capitalista, es favorecer el consumo masivo a través de la publicidad así como la prevaencia de las prácticas culturales e ideológicas - propias de la clase en el poder. Así, la transformación de las actividades informativas y comunicativas en mercancías no es -- ajena a la estructura cultural burguesa, pues su incorporación al ciclo del capital social fomenta la concepción cosista o -- fetichista del mismo capital y el dinero.

En el caso de México, la comunicación social no puede ser entendida sin tomar en consideración las características propias del desarrollo histórico y económico durante la época contemporánea. A partir de la década de los 30's, el país inicia un proceso de industrialización y acumulación sustancialmente diferente a las formas de desarrollo económico anteriores. El desarrollo de las manufacturas se aceleró en busca de la satisfacción interna tanto del consumo necesario así como de ciertas ramas - del consumo suntuario. Tanto el crecimiento de la planta industrial como el incremento de la oferta de productos de consumo -

generalizado, provocaron el crecimiento del mercado interno.

En 1930, sólo el 19.7% de la población mexicana radicaba en poblaciones con más de 10 mil habitantes. A partir de 1972, la población urbana es mayoritaria, pues en ese año el 50.5% de la población vive en localidades que superan los diez mil habitantes. En 1930, el 29.6% de la población económicamente activa trabajaba en la industria y los servicios; en 1977, el 66% del PEA correspondió a estos dos sectores. La diferencia no deja lugar a dudas. Sin embargo, el crecimiento del mercado interno (y, por tanto, de la demanda) no se ha debido a un considerable incremento de los salarios reales. De acuerdo al índice nacional de salarios industriales (1960=100)⁽¹⁾, entre 1950 y 1975 el salario mínimo real sólo aumentó en \$2.17⁽²⁾.

Por otra parte, el Producto Interno Bruto por habitante, calculado a pesos de 1960, pasó de \$2 076 en 1930 a \$6 632 en 1976. El crecimiento del salario real ha sido, como se ve, menor que el PIB por habitante. Lo anterior nos lleva al planteamiento de una de las características fundamentales del desarrollo mexicano: la desigual distribución del ingreso. El crecimiento de la economía mexicana no ha sido capaz de desarrollar el mercado interno ni de atender las necesidades sociales más importantes; por el contrario, a dado pié a la monopolización, la transnacionalización de numerosas ramas de la industria y los servicios, el endeudamiento exterior y el abandono del campo.

En México, el crecimiento y desarrollo del sector comunicación social se ha insertado en la lógica de los patrones de crecimiento anteriormente señalados. México es un país capitalista donde existen las posibilidades legales y las bases económicas para convertir a casi todas las actividades sociales en empresas. Los medios no escapan a tal realidad, y aunque hay una considerable participación estatal, la mayor parte del sector es privado y sujeto a una fuerte tendencia a la monopolización.

Además, la participación estatal se da, en gran medida, a través de empresas que funcionan de acuerdo a las reglas comerciales.

El crecimiento y la diversificación del sector comunicación social alcanzado hasta la actualidad, así como el rol político, cultural e ideológico que desempeña en el país, hace necesario analizarlo como un rubro independiente y autónomo. La participación de los medios en el PIB no es insignificante ni lo ha sido desde hace más de dos décadas. En 1978, el 1.86 del PIB correspondió a este sector ⁽³⁾. Ello significó un valor aproximado de 44 mil millones de pesos. En ese mismo año, el número de trabajadores remunerados fue de 100 mil y la tasa de incremento del empleo fue de 3.6% anual (sólo un poco menor a la registrada por el PEA en aquel entonces: 4.09%).

El crecimiento económico del sector ha correspondido temporalmente con la industrialización del país. El crecimiento del mercado interno, las zonas urbanas y los consumidores potenciales han sido fenómenos vitales para la expansión de la industria de la comunicación, pues su financiamiento derivado de la publicidad depende del incremento de la oferta de bienes y servicios. Si bien la radio, el cine, la prensa y los libros ya existían (en conjunto) con anterioridad a la segunda guerra, es hasta después del conflicto bélico cuando se dan las condiciones para la expansión monopólica del sector. Ello se debe al impacto del crecimiento de la producción y de la importación de tecnologías más económicas propias para la difusión y recepción de mensajes a mayor escala. En la medida que ha crecido la cobertura del sistema de comunicación, más peso ha tenido la publicidad y mayor crecimiento y monopolización ha habido en los medios.

Hasta el momento he definido a los medios de comunicación como una industria. Es preciso explicar el criterio para hacerlo porque existe una concepción que niega tal definición.

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

La televisión, por ejemplo, aun cuando no le vende programas al consumidor-receptor, sí vende parte de su tiempo de ----transmisión para que otros lleguen a él a través de la publicidad y propaganda. Así, el tiempo de venta, cuyo precio se determina por la cobertura y la audiencia alcanzada, se halla al servicio de la industria, el comercio, la banca y el Estado. De esta manera, la mercancía en venta permite al resto de los capitalistas acelerar, por medio de la promoción de sus mercancías, los ciclos de rotación de sus capitales y el flujo de sus ganancias. La mercancía en venta, por tanto, se convierte en un insumo propio de la esfera del ciclo del capital mercantil.

Aunque la confusión entre servicio e industria no existe a nivel de medios impresos, la puntualización es necesaria por el creciente papel de la publicidad en la prensa y las revistas. - Aunque el consumidor paga por la adquisición de un ejemplar, - la publicidad juega el mismo rol que en la radio y la TV.

La Economía Nacional.

El comportamiento de la economía mexicana desde 1970 hasta nuestros días se caracteriza por la crisis. Hoy, la devaluación del peso, la inflación, la pérdida del valor real del salario, el desempleo, la inestabilidad financiera y monetaria así como los constantes periodos de estancamiento de los diversos sectores económicos, son fenómenos cotidianos que afectan a toda la sociedad, principalmente a las clases populares.

La década de los 70's se distinguió por su dureza y por el rompimiento del precario equilibrio monetario en el cual se había desenvuelto la industria nacional. La crisis de 1976 y la de 1982 han puesto de manifiesto que las bases sobre las que se delineó la política económica de la posguerra deben transformarse a fin de dar paso a un proyecto nacional democrático e independiente.

Si bien la economía nacional, con anterioridad a 1971, conoció un promedio de crecimiento anual del PNB mayor al 6%, las perturbaciones ocurridas durante este último periodo han demostrado que no es lo mismo crecimiento y desarrollo, a tal grado que ambos pueden manifestarse como un par de líneas divergentes. Altas tasas de crecimiento no implican distribución de la riqueza, desarrollo industrial integral ni ausencia de monopolización y transnacionalización.

La política económica previa a la crisis puso especial énfasis en la consolidación del sector manufacturero, específicamente los ramos dedicados a elaborar productos para el consumo final e intermedio, pues se pretendía que éstos fueran impulsores y promotores del desarrollo del conjunto de la economía. Sin embargo, el crecimiento industrial no fue autorregulado y propició el estancamiento de otros sectores estratégicos para asegurar el financiamiento del proyecto. Tal es el caso de la agricultura, la silvicultura, la minería, los alimentos, etc.

Así, el éxito sólo podía asegurarse mientras se mantuviera el equilibrio de los mecanismos monetarios, la deuda externa, la balanza de pagos y no llegara un límite en la descapitalización agrícola. Además de frenar las ramas productoras de los bienes necesarios para la reproducción de la fuerza laboral, en términos de la reproducción de la economía nacional se premió desmesuradamente la inversión en capital constante que no implicaba un apoyo a las actividades primarias, es decir, creció sobremedida la producción de bienes suntuarios. Por ello, se limitó el crecimiento del mercado interno, se frenó el mecanismo ideal para reducir la inversión en capital variable sin reducir el salario real ni la planta de empleo (plusvalía relativa) y se optó por un crecimiento en contra de los asalariados. La contradicción entre el trabajo vivo nacional y el trabajo muerto tenía que patentizarse, a mediano plazo, con una crisis de carácter estructural y por un aumento inusitado en los precios de las materias primas agrícolas y mineras.

Sin apoyo al campo ni a los productores de materias primas industriales se dió pie a un incremento de valor en la composición del capital social del capital circulante. Así, para mantener un ritmo de expansión del capital fijo fue preciso soltar la rienda a un proceso inflacionario que cada vez es más drástico. El caso de la industria papelera y la editorial no es ajeno a esta realidad y, como se verá adelante, el incremento en los precios de las materias primas y de las necesidades de importación de capital constante han llevado a ambas industrias a una crisis de desvalorización de su capital que ha comenzado a acentuar la monopolización y la transnacionalización de ellas. Además, el problema agrícola y silvícola afectan con mayor fuerza al sector, pues ya es imposible continuar con las transferencias de valor porque ya es crónico el proceso inflacionario.

El desarrollo industrial iniciado en las dos décadas posteriores a la segunda guerra mundial no fue integral ni se acompa

ño de una adecuada modernización de las instalaciones infraestructurales correspondientes. Aún así, durante ese lapso se llevó a cabo un cambio trascendental en la tendencia histórica propia de la industria mexicana, pues la mayor parte del capital, incluido el extranjero, se ubicó por primera ocasión en el sector manufacturero como capital dominante. Al tiempo, el Estado se encarga de la explotación de las principales industrias nacionales que hoy constituyen la punta de lanza en la reproducción económica (petróleo, electricidad, ferrocarriles, telecomunicaciones, petroquímica y, en menor medida, acero).

El cambio fue fundamental para estructurar una industria de la comunicación, pues al orientarse la economía al fomento del consumo, la publicidad comenzó a jugar un rol de mayor peso. En ese periodo se inicia la producción interna de aparatos de radio y televisión, se comercializa el cómic, se consolida la industria del libro, etc.

A otro nivel, la constitución de una numerosa clase obrera, la necesidad de mejores cuadros técnicos y profesionales, el crecimiento de la matrícula escolar y un incremento de la población en búsqueda de satisfacer su tiempo de ocio, implicaron un crecimiento del consumo de productos de comunicación. El beneficio para la industria editorial fue grande y le permitió consolidarse.

En la medida que el país entró en una etapa de "modernización" y definió un perfil netamente capitalista dado por la consolidación de sus clases sociales y las características de la oferta de bienes de consumo, fue preciso incorporar una industria masiva de la comunicación que difundiera la cultura burguesa, manejara la información y asegurara la unilateralidad del discurso. Una vez institucionalizado el país se dieron las condiciones para articular una estructura burguesa de difusión y organización del tiempo de ocio del conjunto de la sociedad.

Así, los medios de comunicación se integraron al conjunto

de la economía y se desarrollaron de manera similar al resto de la industria, es decir, en forma de monopolios, con una marcada dependencia del exterior, influencia transnacional y ligados orgánicamente al capital financiero y a los principales grupos industriales y comerciales del país.

En los últimos años, el perfil capitalista del sistema nacional de comunicación social se ha acentuado. A pesar de que el Estado controla un importante aparato de comunicación, éste no se ha destinado a hacer plural el orden informativo ni a difundir las modalidades culturales de los diversos sectores que integran nuestra sociedad. Por el contrario, la política oficial de comunicación tiene como objetivo difundir su propia voz, impedir la diversidad y concentrar más el discurso informativo. Por esa vía, los grupos que no participan en la comunicación -- privada ni comulgan con el Estado, han quedado marginados de -- los medios masivos de comunicación. El esquema, pues, continúa privilegiando la verticalidad y la manipulación.

La crisis también ha afectado al sector. Fuera del Estado y los grandes monopolios, las perturbaciones económicas han debilitado aún más las voces democráticas o independientes. A continuación, damos paso a una revisión minuciosa de esta realidad a nivel de papel y medios impresos.

NOTAS.

- 1.- Nacional Financiera. La Economía Mexicana en Cifras, México, 1978.
- 2.- Para 1950 el salario mínimo se cotizó, en pesos de 1960, en \$8.62, mientras que en 1975 tal cifra alcanzó los \$10.79.
- 3.- Sandoval, Miguel. Notas sobre el Desarrollo Económico de la Comunicación. spí. Para el cálculo de la participación del sector en el PIB se consideran las siguientes ramas: radio, televisión, cinematografía, publicidad, espectáculos, industria editorial, electrónica de consumo y discos. Si se considera el gasto estatal, a la industria papelera y a las telecomunicaciones dentro del sector, la participación en el PIB debe ser mayor al 5%.

CAPITULO II.- Conformación de la industria del Papel y de los Medios de Comunicación Impresa.

La industria mexicana del papel, entendida ésta como la producción a gran escala sobre la base del uso intensivo de maquinaria y regida por sistemas fabriles, es muy antigua en México. La Fábrica de Papel de San Rafael, aún existente, fue fundada en 1892 en pleno auge del porfiriato. Se calcula que en esa época la compañía papelera "podía fabricar diariamente 12 toneladas de papel e incrementar esa producción conforme a los requerimientos del mercado. Para 1894 figuraban como propietarios de la empresa los señores Ahedo, Sánchez Ramos y Tomás Braniff". (1). Este último fue un prominente banquero de la época. Desde entonces San Rafael se mantuvo como la compañía líder en el ramo. Es hasta 1971 cuando Kimberly Clark se convierte en la principal empresa papelera en el país; en ese momento da principio la estrepitosa caída de la Fábrica de San Rafael.

A la Fábrica de papel de San Rafael deben otorgársele todos los créditos cuando se habla de introducción de prácticas monopólicas y de ineficiencia en el aparato productivo. Aunque la compañía de Loreto y Peña Pobre ya había sido fundada cuando Carranza ocupaba la presidencia de la República, la mayor parte de la producción se originaba en San Rafael. Ello permitió que la empresa gozara de excelentes concesiones y protecciones otorgadas por el gobierno. Ante esas facilidades, la compañía obtuvo fabulosas ganancias sobre una nula modernización de la maquinaria y una cruenta sobreexplotación de la fuerza de trabajo directa e indirectamente empleada, pues además de conceder salarios de hambre, crearon la aún vigente práctica de comprar madera a los campesinos a precios irrisorios y amparados en la fuerza y la represión.

Durante la década de 1930, la impunidad en la conducción de la empresa papelera y la imposibilidad para efectuar importaciones de papel por otros medios (desde entonces los precios del papel importado son menores) llegaron a un punto crítico y en 1932 el diario "El Universal" inició una campaña en contra de la empresa papelera. No tuvo éxito.

En 1935 el sindicato logra organizar una huelga contra la compañía con el objetivo de lograr un aumento en los raquícos salarios. La compañía se vió obligada a otorgar ciertas concesiones a los obreros pero, a cambio, aumentó unilateralmente los precios a sus productos. Una nueva campaña editorial en su contra no se hizo esperar. Los editores exigían al gobierno del general Cárdenas la libre importación de toda clase de papel para la impresión o, en su caso, la intervención del Estado fijando precios oficiales al papel manufacturado en México. El Estado intervino con otra solución: decretó la fundación de la Productora e Importadora de Papel Sociedad Anónima, PIPSA. (2).

Con la creación de PIPSA, el Estado se reservó para sí todo lo concerniente a la importación y distribución interna del papel extranjero. Además, en los hechos, delimitó una frontera que lo situó como el único capacitado para producir papel periódico. Desde entonces, las empresas de capital privado y extranjero pueden producir y distribuir toda clase de papeles con excepción del destinado a la prensa periódica.

Con la creación de PIPSA, el Estado, además de resolver un problema coyuntural, delineó una estupenda herramienta para ejercer eficazmente control político sobre la prensa nacional pues a partir de entonces es el único distribuidor de materia prima en todo el país.

La mayoría de las empresas papeleras hoy existentes fueron fundadas después de 1940, bajo el estímulo de la indus-

trialización que a la postre se convirtió en el objetivo central de la política económica del Estado mexicano. Sin embargo, las características dominantes de los actuales productores de papel para la confección de los medios de comunicación impresa fueron delineadas por la trayectoria seguida por la fábrica de San Rafael y la intervención estatal en el ramo a través de PIPSA: a saber, equipo productivo caduco, sobreexplotación de la fuerza laboral, monopolización, trato unilateral a los editores, ineficiencia tecnológica, precios artificiales, control político, etc.

La política de industrialización a toda costa y, posteriormente, el llamado desarrollo estabilizador, acentuaron la estructura propia de la industria papelera y han constituido el trasfondo político de su desarrollo. Más adelante lo analizaremos con mayor profundidad.

Los Medios de Comunicación Impresa.

En el ámbito de la comunicación social, la industria editorial se ha caracterizado durante los pasados quince años - por las notables diferencias en cuanto al desarrollo y las - formas de crecimiento económico de los géneros que la componen. Tal situación se acentuó en la década de 1970 a consecuencia del impacto producido por las crisis económicas, las cuales implicaron un desmesurado incremento en los precios del papel y otras materias primas, un fortalecimiento de la dependencia ante el mercado externo y, por otro lado, a consecuencia de la estrechez del mercado editorial en México. A pesar de ello, el resultado fue la consolidación de la industria del libro, la creación de grandes y poderosas empresas editoras de historietas y revistas y, a nivel de prensa, una reconcentración del capital en medio de una creciente debilidad económica paralela al fortalecimiento de los lazos de dependen

cia en su relación con el Estado.

Los medios impresos son el primer producto masivo de comunicación en la era del desarrollo y génesis del capitalismo. El libro impreso y más tarde la prensa, posibilitaron una segura y rápida transmisión del conocimiento, la información y el discurso de las clases en el poder o alternativas a él. Aquí en México, la imprenta es fundada en el siglo XVI y permitió la edición de libros de carácter religioso y evangelizador. En la época de la colonia, el libro fue un instrumento de dominación e imposición de patrones culturales propios de los conquistadores.

Por su parte, la prensa, en tanto síntesis cotidiana del acontecer político y social, ha jugado un doble papel en la historia de México. La prensa ha sido un instrumento subvertidor del orden, importante herramienta de liberación en la lucha por la Independencia, en la época de la Reforma y la intervención francesa así como destacado difusor de los movimientos revolucionarios desde el porfiriato hasta el movimiento armado de 1910-1917.

La prensa, sin embargo, ha jugado el papel opuesto como defensor del colonialismo, la intervención y el porfiriato. - Ello, sin duda, es un ejemplo ilustrativo de la falsedad de la existencia del periodismo imparcial, desligado por sus funciones y deberes de las luchas de clases y ajeno a los movimientos y pugnas por la dirección y hegemonía en la sociedad.

Como producto del desarrollo capitalista, los medios impresos tienen otra razón más de existir. La complejización y universalización de las relaciones comerciales y financieras, las características militares de la colonización en los siglos XVIII y XIX así como la politización en ascenso de las clases obreras de los países centrales, implicaban la necesidad de concentrar y sintetizar la información. La tarea fue

cumplida por la prensa, el libro y los compendios (generalmente de carácter oficial) estadísticos y económicos de los diversos sectores de la población y la producción. [Dichas tareas se han revolucionado por completo con la utilización de sistemas electrónicos y computarizados de concentración, clasificación y registro de la información. Incluso la prensa ya no puede subsistir sin la informática y la computación.]. Lo anterior implica que, en sus orígenes, los medios impresos fueran esenciales en el conocimiento que la burguesía acerca de las condiciones de su propio mercado (tanto el de mercancías comunes y corrientes como el del dinero y la fuerza de trabajo).

En México, la delineación del perfil actual de los medios impresos se ha dado en momentos diferentes para cada género del mismo, aunque en términos globales hay un elemento original decisivo para entender sus características: la libertad de expresión e imprenta garantizadas por la constitución política de 1917. La defensa constitucional de ambos derechos como inviolables, significó, en la práctica, dejar la tareas informativas, culturales y de entretenimiento en manos de la sociedad civil [no se habla aquí de lo estrictamente educativo], es decir de los particulares (jurídicamente, de cualquier ciudadano libre). Sin embargo, editar libros, periódicos o revistas no es gratuito y requiere una inversión en capital que no cualquier ciudadano puede realizar. Así, la libertad de expresión en su carácter masivo (por medio de la imprenta) quedó restringida a los poseedores de medios de producción (medios de difusión), quienes muchas veces, independientemente de sus intereses políticos, por estar involucrados en los movimientos del capital, dieron un giro empresarial a la libertad de imprenta. En los hechos, la vida editorial en México es regu-

lada por las leyes de la empresa y el mercado, de tal manera que la existencia de editoriales con características monopólicas no debe considerarse, en ningún sentido, sorpresiva. Aún así, la participación estatal es de gran peso a través de mecanismos directos e indirectos. Como editor, participa a través de sus dependencias y a través de editoriales como el Fondo de Cultura Económica y otras. A través de PIPSA regula el abastecimiento de papel a los periódicos y a la mayor parte de las revistas, llegando incluso a subsidiar o a determinar quienes sobreviven o no. Además, por medio de la SEP, el Estado es el máximo productor de libros en todo el país (más de 75 millones de libros de texto gratuito), que aunque no tienen nada que ver con la producción editorial comercial directamente, si implica ser un primordial elemento en la conformación de un mercado potencial y real. Mientras menor sea la población analfabeta, más posibilidades de ensanchar el mercado editorial existen.

Sin lugar a dudas, la consolidación industrial de la prensa se lleva a cabo aproximadamente entre 1915 y 1935. En tal periodo se fundan los más importantes diarios a nivel nacional y regional. El Universal, Excelsior, La Prensa, El Nacional, etc. fueron fundados en aquella época y definieron las principales líneas y criterios del trabajo periodístico, los cuales prevalecen hasta la fecha. Con la creación de PIPSA en 1935 por acuerdo del presidente Cárdenas, culmina otro momento fundamental en la estructuración del periodismo nacional. PIPSA se convierte en un punto nodal en la relación entre periodismo y Estado, permitiendo incluso la posibilidad de convertir al gobierno en financiador y amortiguador económico en tiempos de crisis por la simple regulación de los precios del papel así como por la constante renegociación de los términos de las deudas.

Tanto los periódicos como las revistas (aunque los cómics en menor medida) no viven exclusivamente de la venta del producto. La venta del periódico al lector no representa la menor ganancia y si fuera vendida a su precio real, no habría compradores suficientes. Por eso, la empresa periodística debe allegarse otra fuente de ingresos: la venta de su espacio a terceros, es decir, publicidad e inserciones pagadas. Esta es la tercer característica estructural del sector prensa aparecida en el lapso comprendido entre 1915 y 1935. La venta del espacio periodístico define las relaciones de la prensa con los diversos grupos económicos y políticos que existen en el país.

El medio impreso de mayor alcance masivo en México es la historieta (cómico y fotonovela). Se calcula (3) un tiraje mensual de 70 millones de ejemplares contra 36 millones de revistas de otros géneros. El mercado de subliteratura se estima en 14 millones de habitantes, de lo cual se desprende un promedio de compra de 7.5 revistas por habitante cada mes. En una semana el tiraje de Kalimán (2 millones) o de Lágrimas y Risas (1,200 mil ejemplares semanales) supera el tiraje de más del 90% de los periódicos diarios editados en el país. (4) Por eso a las publicaciones periódicas no diarias ni forzosamente informativas se les ubica como un género diferente, el cual, como puede notarse, es el de mayor influencia y cobertura en el país.

En su origen, las historietas formaban parte de los periódicos. En 1921, el antiguo Heraldo de México y El Universal comenzaron a publicar monitos. A partir de entonces comenzó el vertiginoso desarrollo del género. Sin embargo, es hasta los años 30's cuando la edición de cómics se hace de forma independiente, como revista. Editorial Sayrols es la primera en editar historietas con la historia de Paquín (de ahí que se

les denomine paquines a las revistas de monitos). En seguida, editorial Juventud editó Paquito Chico y en 1936 Pepín, la - cual llegó 700 mil ejemplares diarios. (5). Su edición independiente así como su fabuloso éxito comercial constituyen la etapa fundamental en la consolidación del género. Aparte, la historieta casi no introduce publicidad en sus páginas por lo que su ciclo económico depende exclusivamente de su venta masiva.

La industria del libro es el género que más tardó en consolidarse, aún cuando hay casas editoriales muy antiguas. Tal proceso se llevó a cabo entre 1955 y 1965, periodo en el cual los editores mexicanos se lanzan de lleno tanto al mercado nacional como al extranjero. En ese lapso el número de editoriales casi se cuadruplica y la cantidad de títulos crece y se diversifica. Antes de este periodo, en México sólo se había desarrollado una estructura para la importación y comercialización del libro, principalmente español y argentino. Este fenómeno se explica por el hasta entonces tradicional vínculo de México y los países hispanoamericanos con España, el cual consistía en que allá se producía y aquí se consumía. Tal vinculación llegó a ser literal, pues en España se editaban titulos exclusivos para otros mercados, pues su distribución interna frecuentemente era prohibida por la feroz censura impuesta por el franquismo.

Uno de los factores más importantes en el rompimiento de la tendencia anteriormente señalada fue el impacto de los planteamientos de la CEPAL en relación al desarrollo de Latinoamérica y la necesidad de crear una teoría social independiente de las elaboradas en Europa y Estados Unidos. Tal concepción fue claramente reflejada por el Fondo de Cultura Económica, la cual, a pesar de haber sido fundada desde 1934, no desarrolla criterios definidos hasta la década de los 50's cuando se

convierte en la primera editorial con una definición "totalmente latinoamericanizada" (6) (lo cual se hace evidente con una hojeada a sus catálogos).

CUADRO I
TITULOS PUBLICADOS EN MEXICO 1955-1970.

1955	-	923
1960	-	1 962
1965	-	4 851
1970	-	4 812

FUENTE: Taubert, Sigfried. The book trade of the world, p.221.

Así, entre 1955 y 1965 el número de títulos editados se quintuplicó y el de casas editoriales pasó de 77 en 1960 a 192 en 1965 y 250 en el año de 1970. Otro dato importante es que analizados los títulos por materia, encontramos que el mayor incremento es en el área de ciencias sociales y ciencias aplicadas. Los primeros pasan de 591 títulos en 1960 a 1 102 en 1970 y los segundos de 967 a 1722. (7).

Los datos anteriores nos llevan a plantear que el ensanchamiento relativo del mercado del libro mexicano así como la "revolución" en los temas y contenidos fueron determinados, básicamente por 4 causas:

a) El crecimiento del mercado interno en México que permitió diversificar la estructura del consumo. Este crecimiento puede constatarse con el correspondiente incremento progresivo del salario real entre 1935 y 1975.

b) El crecimiento masivo de la matrícula en las escuelas preparatorias y de estudios superiores, pues el mayor incre-

mento de los títulos de ciencias sociales y aplicadas hace referencia, sobre todo, a libros de texto.

c) El boom de la sociología latinoamericana, señalado con anterioridad, el cual también influyó en la producción literaria.

d) La revolución cubana que implicó una radical transformación en las ciencias sociales, un florecimiento en la participación política y una gran preocupación por el conocimiento y difusión del marxismo.

Además, en ese periodo hubo un proceso paralelo tendiente a una mayor comercialización del libro y con una clara influencia del mercado norteamericano. En ese lapso también se consolidan las editoriales de best-sellers, con intereses exclusivamente de carácter empresarial y apoyados por aparatosas campañas publicitarias. Estas editoriales se caracterizaron por lanzar pocos títulos con tirajes muy por encima del promedio y -- con un claro objetivo de dominio del estrecho mercado no escolar, aun a costa de depreciar considerablemente la calidad de los contenidos. Más adelante, al tratar la crisis de la industria editorial, regresaremos a este problema.

NOTAS.

- 1.- Lombardo, Irma. "la PIPSA en sus orígenes", en Connotaciones, n° 2. México, AMIC, El Caballito, 1982. pp17-23.
- 2.- Lombardo, op cit.
- 3.- Datos proporcionados por la Dirección General de Estadística de la Secretaría de Programación y Presupuesto.
- 4.- El Nacional, de acuerdo al Directorio de Medios Impresos del primer trimestre de 1982, sólo tiraba 420 mil ejemplares semanales, Uno más Uno tiraba 525 mil cada siete días, etc.
- 5.- Herner, Irene. Mitos y Monitos, Nueva Imagen, 1979.
- 6.- Schavelzon, Guillermo. "El libro en América Latina", en Expansión, mayo de 1981, pp46-47.
- 7.- Taubert, Sigfried. The book trade of the world, ONU, 1979. p227.

CAPITULO III.- La Industria Mexicana del Papel y las Empresas Productoras para la Escritura e Impresión.

A.- Una Visión Macroeconómica de la Industria Papelera.

En tanto vehículo fundamental para la transmisión del lenguaje escrito y en ocasiones simplemente visual, el papel adquiere suma importancia cuando se trata la problemática de la comunicación y la democracia informativa en México. En efecto, el análisis de la comunicación social y, en particular, de los medios impresos no puede dejar de lado el estudio de la trayectoria de la industria del papel hasta nuestros días. Repetidamente, cuando los editores opinan en torno a los problemas afrontados por ellos en la producción de impresos, el primer elemento que señalan es el papel: su carestía, su mala calidad, la actitud unilateral de las empresas papeleras, etc.

La producción de papel para fines propios de la escritura e impresión no es ni ha sido en mucho tiempo la más importante del ramo. En México, por la mayor rentabilidad y diversidad de el mercado, los empresarios han invertido su capital en la elaboración de cartones, papeles para empaque y para el consumo final. En 1980 sólo el 29.5% de la producción del ramo se destinó a fines editoriales. Tal volumen de la producción sirvió para satisfacer únicamente el 67.8% de la demanda para el mismo año, por lo que fue necesario continuar la importación de considerables cantidades de papel. (1). ¿Porqué no ha sido posible producir todo el papel necesario para las artes gráficas e incluso plantear la posibilidad de exportar dicho producto? ¿Porqué el papel mexicano es de tan mala calidad y se produce a precios excesivamente elevados? ¿Porqué el papel se ha constituido como una seria limitación para la democratización de la comunicación social y se ha reducido la capacidad de producirlo a una cuantas empresas con intereses monopólicos?

El objeto del presente capítulo es proporcionar una respuesta a las interrogantes anteriores. Para ello, recurriré a dos etapas. En esta primera parte presenté un análisis macroeconómico de sector, en el cual se incluyen ritmos de crecimiento, periodos críticos, volumen de producción e importación de papel por tipos, etc. El estudio se efectúa a partir de 1970 a fin de permitir la ubicación adecuada de tendencias de crecimiento y desarrollo. Como el análisis macroeconómico no refleja formas específicas de crecimiento (monopolización, transnacionalización, etc.), la segunda parte del capítulo comprende un minucioso análisis de cada una de las empresas que producen papel para la escritura e impresión en México. En esta parte se detallan ventas, inversiones en capital fijo y circulante, capacidad productiva instalada, número de trabajadores, maquinaria y tecnología empleadas, vinculación al capital transnacional y financiero, etc. Con ello se pretende realizar una reflexión dentro de los márgenes de la economía política (el análisis de la estructuración histórica del capitalismo) que nos den elementos para determinar los límites de las políticas económicas hasta ahora instrumentadas. Hasta la fecha, la pertinaz monopolización en el sector ha sido mucho más fuerte que los planteamientos contrarios de política económica cuyo objetivo nominal ha sido evitarla así como alcanzar la autosuficiencia en la producción de papel para la escritura e impresión.

Aunque el volumen de la producción de papel se duplicó y su valor se incrementó en 64.5% de 1970 a 1979, la demanda de este producto no ha sido cubierta por los fabricantes nacionales. Las importaciones de papel han sido de considerable magnitud, sobre todo en lo relativo al papel para usos editoriales. Por si lo anterior fuera poco, el precio del papel producido en México se ha cotizado a un nivel muy por encima del internacional (2). Según datos proporcionados por el Fondo de Cultura

Económica, en 1980 la editorial redujo sus costos en 40% por haber utilizado únicamente papel importado. Por eso aún cuando ha habido un notorio aumento en la producción, el crecimiento ha tenido muchas deficiencias; principalmente un escaso margen de productividad del capital tanto en el ramo de la celulosa como en el del papel. El crecimiento de la industria de la celulosa y el papel durante el decenio 1970-1980 se caracterizó por marcados altibajos, observándose una crisis en 1971 y un estancamiento de 1975 a 1978 (ver cuadro I y gráfica 1).

De 1970 a 1978 el promedio de crecimiento de la industria de la celulosa y el papel fue de 4% (menor al PNB). Sin embargo, de 1975 a 1978 no solo dejó de incrementarse la producción sino que hubo un decremento real de -1.5% coincidente con los años en los cuales la crisis se manifestó con mayor rigor. Al desglosar las cuentas de la celulosa y el papel se observa que la primera es la rama más problemática, pues específicamente el sector de papel y productos hechos en base del mismo, el promedio de crecimiento anual fue de 5.9%. En este caso, los efectos negativos de la crisis solamente fueron evidentes en 1971 y 1975. Los ritmos productivos y de la inversión se mostraron como un fiel reflejo de la crisis general del capitalismo mexicano.

CUADRO I

CELULOSA Y PAPEL. VALOR DE LA PRODUCCION Y TASAS DE INCREMENTO. 1970-1979, Millones de Pesos de 1960.

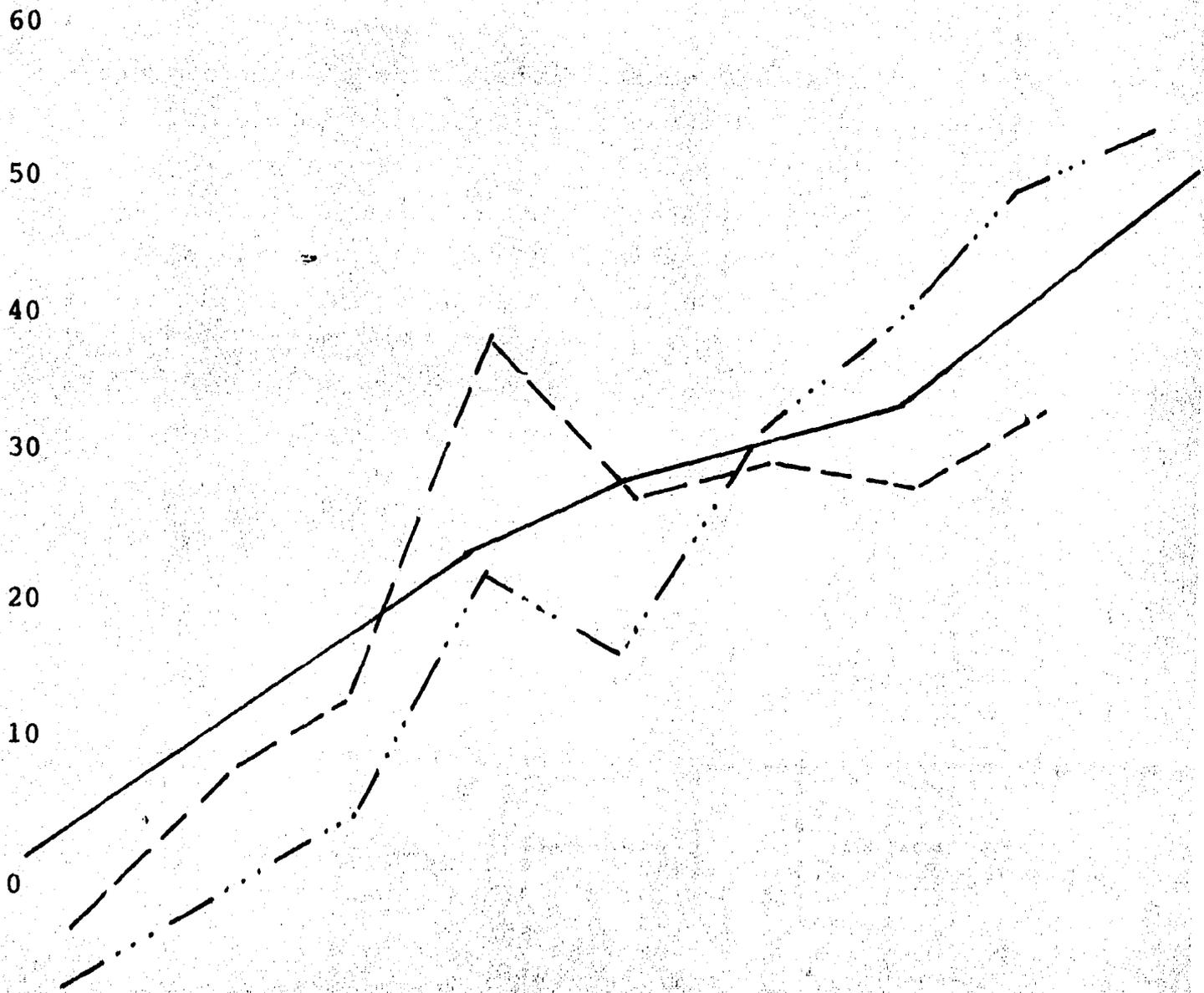
	CELULOSA Y PAPEL		PAPEL Y PRODS. DE PAPEL.	
	Valor	%	Valor	%
1970	5 502.1		2 101	
1971	5 337.4	-3.0	1 951	-7.1
1972	5 835.6	9.3	2 060	5.5
1973	6 193.0	6.1	2 291	11.2
1974	7 778.5	25.6	2 570	12.1
1975	6 920.5	-11.0	2 426	-5.6
1976	7 060.3	2.0	2 802	15.4
1977	6 949.6	-1.5	3 023	7.8
1978	7 263.5	4.5	3 344	10.6
1979			3 458	3.4

FUENTE: Banco de México y SPP (Cuentas Nacionales).

GRAFICA 1.
COMPORTAMIENTO DEL PNB Y LOS SECTORES DE CELULOSA Y PAPEL.
1970-1979.

PNB: ————— .
Industria de Celulosa y Papel: - - - - - .
Papel y Productos de Papel: - . . . - . . . - . . .

FUENTE: Banco de México y Sistema de Cuentas Nacionales de
la Secretaría de Programación y Presupuesto.



En la introducción se mencionó que el crecimiento industrial en México se desarrolló a costa de una descapitalización en el sector agrícola. El desarrollo de la industria de la celulosa y el papel no escapó a tal tendencia. Por ello, en épocas de crisis, ésta se ha manifestado severamente en la rama de la celulosa y en la de silvicultura (3). Respecto a la celulosa se dice lo siguiente: "La principal barrera de entrada de nuevos productos a esta industria la constituye la falta de suministro de materia prima toda vez que se necesitan cerca de 300 mil hectáreas para poder abastecer con insumos suficientes a las plantas y puedan operar con niveles satisfactorios de capacidad. También debe considerarse el bajo rendimiento de las áreas boscosas, ya que se obtienen alrededor de 0.7 hasta 1.5 m³ de rollo de madera por hectárea, habiendo potencial para obtener hasta 3 m³ en promedio" (4). La producción forestal ha sido tan raquítica que la fabricación de celulosa en nuestros días no es suficiente. Casi todas las empresas productoras de papel para usos editoriales recurren en mayor o en menor medida al mercado internacional para cubrir su demanda de este producto de origen forestal. (5).

A partir de los datos anteriores se plantean dos problemas fundamentales. La crisis afecta con más rigor a los sectores que utilizan un mayor volumen de fuerza de trabajo en términos relativos y, por tanto, el peso y el costo de la misma recae en los campesinos y obreros. Sin embargo, la productividad en este sector es bajísima y de acuerdo a los criterios capitalistas ello se resuelve incorporando capital con mayor intensidad, independientemente de la disminución en el empleo. - Ahora bien, de no corregirse el problema de la productividad - no hay posibilidades de abastecer al mercado interno ni de abaratar el costo de las materias primas para posibilitar el crecimiento del fondo social de inversión en capital fijo. Ambos problemas se entrelazan y su solución es equivalente a la re-

solución de la crisis estructural. ¿Cómo se piensa incrementar la productividad en los bosques y en los ramos procesadores de la madera? ¿Invirtiendo solamente en capital fijo con el consiguiente desplazamiento de fuerza laboral? ¿Apoyando la producción colectiva de ejidatarios y pequeños propietarios? ¿Dejando en manos de monopolios y transnacionales la decisión sobre las características de la explotación de los bosques?

Definitivamente, dentro del marco de la crisis estructural que afecta actualmente al país, la salida a este problema debe partir de una adecuada política hacia el campo y de integración de éste al sector industrial. Hoy es necesaria la aplicación de una política integral de la agricultura y la industria papelera que tenga como objetivo mantener, por una parte, el equilibrio de tierras para el agro así como la producción suficiente de materias primas para la producción de muebles, celulosa, papel y derivados. Por otro lado, dicha política debe fundamentarse en el otorgamiento de créditos y asesoría técnica a los campesinos dedicados a la explotación de los bosques, en la creación de precios de garantía a la madera en rollo con el fin de presionar para aumentar la productividad. Por último, una política que apoye el empleo a través del fortalecimiento del trabajo colectivo y del desarrollo de tecnologías para el aprovechamiento de otros recursos naturales para la fabricación de celulosa y papel (bagazo de caña, henequén, etc.).

Por esta vía se evitaría la destrucción ecológica, la sobreexplotación de la fuerza de trabajo, el fortalecimiento de las empresas monopólicas y se aseguraría un mínimo de ingresos a los campesinos productores de recursos forestales.

La reorientación de la producción forestal es fundamental y debe resolverse a corto plazo, pues la extensión y sobrevivencia de los bosques no es importante únicamente para la producción de muebles, resinas, celulosa y papel. Las características de las zonas boscosas son fundamentales para evitar la -

erosión de los suelos de cultivo, la conservación de climas y habitats propicios para la existencia de innumerables especies animales y vegetales que habitan en el territorio nacional así como para la conservación del ambiente y el equilibrio ecológico. Parece que ello no ha importado a los grandes productores de celulosa y papel ni al Estado, pues mientras existen enormes áreas forestales sin explotar (en Oaxaca, Jalisco, etc.) - hay regiones, como la periferia de la ciudad de México, donde la tala de árboles es continua hoy en día. Es incomprensible - que Loreto y Peña Pobre obtenga anualmente el 14% de su producción de la tala efectuada en la sierra del Ajusco (6) y su permiso para continuar desforestando vaya más allá de 1990. Sin embargo, el Valle de México es una de las mayores concentraciones humanas del mundo, reúne casi la mitad de la industria instalada en el país y consume cantidades estratosféricas de agua; agua recolectada en otras regiones con el consiguiente cambio en los ecosistemas. El promedio de temperatura se ha elevado, el clima se ha vuelto más extremoso, la extinción de especies animales y vegetales en el valle aumenta cotidianamente, la contaminación del aire y del agua alcanzan niveles peligrosos para la salud y la carencia de árboles es reconocida por todos. A pesar de ello, el Estado no ha dejado de conceder permisos - para que empresas como Loreto y Peña Pobre sigan talando los pocos bosques que aun sobreviven alrededor del Valle de México. Los efectos nocivos de la instalación irracional de la industria de la celulosa y el papel van mucho más allá de la emisión de gases contaminantes por sus chimeneas. Afectan la ecología y de manera directa la economía campesina por el acelerado ritmo de erosión de los suelos de cultivo y la carencia de fertilizantes naturales.

Por el contrario, a manera de ejemplo, en 1978 Oaxaca disponía de 4 061 miles de hectáreas arboladas equivalentes a 363 743 mil m³ de madera en rollo (7) y en el estado no había ni 5 empresas dedicadas a la producción de celulosa y papel (la ex-

cepción es la Fábrica de Tuxtepec, pero ésta se vincula a la - región azucarera del estado de Veracruz).

Los métodos para obtener la madera suelen ser muy "productivos": expolían a los campesinos. Compran a éstos la madera a precios impuestos por las fábricas, precios que sólo convienen a los empresarios. Ese método es empleado, por ejemplo, por la fábrica de Loreto y Peña Pobre con los campesinos de la región del Tepozteco en el estado de Morelos. La creación de precios de garantía permitiría evitar estas situaciones y facilitar a los campesinos la obtención de un fondo para reforestar las ex tensiones donde el bosque ya es un paisaje del pasado.

La tendencia de crecimiento económico de la industria del papel es muy similar a la seguida durante la década pasada por el PNB. Puede afirmarse que esta industria es muy sensible al ciclo económica general. La crisis de 1971 afectó drásticamente al papel; hubo un decrecimiento real de -7.1% con respecto a 1970. Tal impacto fue causado por el efecto nocivo que generaron las importaciones. En ese año una buena parte de la producción tuvo que permanecer en bodega porque el impacto de la crisis también disminuyó el consumo interno (8). Lo anterior - evidencia la debilidad de la industria papelera nacional frente al mercado internacional. Sin una fuerte protección arancelaria e incluso la prohibición de comprar papel extranjero, es te sector industrial estaba condenado a sufrir cuantiosas pérdidas.

De 1972 a 1974 se lleva a cabo el más importante repunte de la celulosa y el papel correspondiente a la década pasada. En 1974 el sector alcanza un crecimiento record de 25.6%. Sin embargo, al analizar el conjunto de las estadísticas da la impresión de haberse tratado, sobre todo en el caso de la celulo sa, de un año de mucha demanda pero sin un aumento significativo de la capacidad instalada ni de la productividad del capi

tal, pues mientras éste ramo entra en una fase posterior de estancamiento, el papel alcanza tasas de incremento de la producción hasta de un 15%.

Entre la celulosa y el papel existe una relación de carácter vertical, es decir, una total integración productiva. El problema radica en que la producción de celulosa no es suficiente para cubrir la demanda nacional y su calidad, a decir de los fabricantes de papel, deja mucho que desear. En enero de 1982, de acuerdo a los economistas de la CNICP, para evitar importaciones de la materia prima era preciso invertir en maquinaria y equipos básicos la cantidad de 5 100 millones de pesos anteriores al par de devaluaciones habidas en ese año. La crisis encontró a esta industria en una situación de extrema dependencia de divisas producidas en otros sectores de la economía, con un aparato productivo caduco e insuficiente para cubrir la demanda interna y sin la posibilidad de evitar nuevas importaciones de la materia prima, importaciones que, además de resultar carísimas, tienen la virtud de descapitalizar aun más a la planta industrial del país.

Una actitud crítica ante la crisis y al modelo de desarrollo que ha prevalecido en el país, pondría el acento en la necesidad de apoyar la diversificación de materias primas y la fabricación de maquinaria y equipo capacitados para el mejor aprovechamiento de nuevos recursos así como para la creación de mayores tasas de empleo. No es posible seguir postergando una integración nacional de la planta industrial que tenga por objetivo aprovechar los recursos que si existen en el país, es decir, que fortalezca el mercado interno y evite la dependencia de un sector externo monoexportador. Cabe señalar que últimamente se han desarrollado técnicas en ese sentido. Se destaca la utilización de papel periódico usado (aunque suene increíble, esta singular materia prima también se importaba); el bagazo de caña para la fabricación de pastas de celulosa, el -

cual sólo ha sido utilizado para la elaboración de papel periódico. Existen investigaciones y proyectos cuyo objetivo es la utilización de la fibra del henequen como materia prima alternativa, la cual sería más económica.

Uno de los problemas para la incorporación de materias primas alternativas radica en la adaptación de la maquinaria y en el posible rechazo de los productores de celulosa quienes, en algunos casos importantes, también producen papel. Sin embargo, es preciso hacer anotaciones en torno a las ventajas de la utilización de otras materias primas en la elaboración de papel:

- En parte, la crisis por la que atraviesa la industria del papel y redunda en la producción de los medios de comunicación impresa, tiene su origen en las deficiencias de la materia prima. Por un lado, no es suficiente y obliga a recurrir al mercado exterior y a elevar desmesuradamente los precios de producción. Por otro, no es de buena calidad y, según datos de los fabricantes, ocasiona un desproporcionado incremento de el material desperdiciado. Ello provoca una permanente transferencia de valor desde la industria editorial, pues el crecimiento monopólico del sector papelerero facilita la imposición de precios a su favor. El valor transferido de un ramo industrial a otro termina su viaje en el extranjero, volatilizado por los altos costos de la ineficiencia productiva o en sectores más rentables de la economía (generalmente en la especulación).

- La sustitución de materias primas acarrea la posibilidad de racionalizar la explotación forestal y así evitar la erosión de la tierra y el deterioro ecológico que priva en algunas regiones como el DF. Además, tanto el papel usado, como el bagazo de caña y el henequén son productos más baratos, existentes en abundancia por su carácter de desperdicio o por falta de demanda y que implican la posibilidad de abrir nuevas fuentes de empleo. Ello no implica terminar con la utilización

GRAFICA 2.
 CUENTAS DE PRODUCCION DE PAPEL, CELULOSA Y CARTON,
 1970-1978.

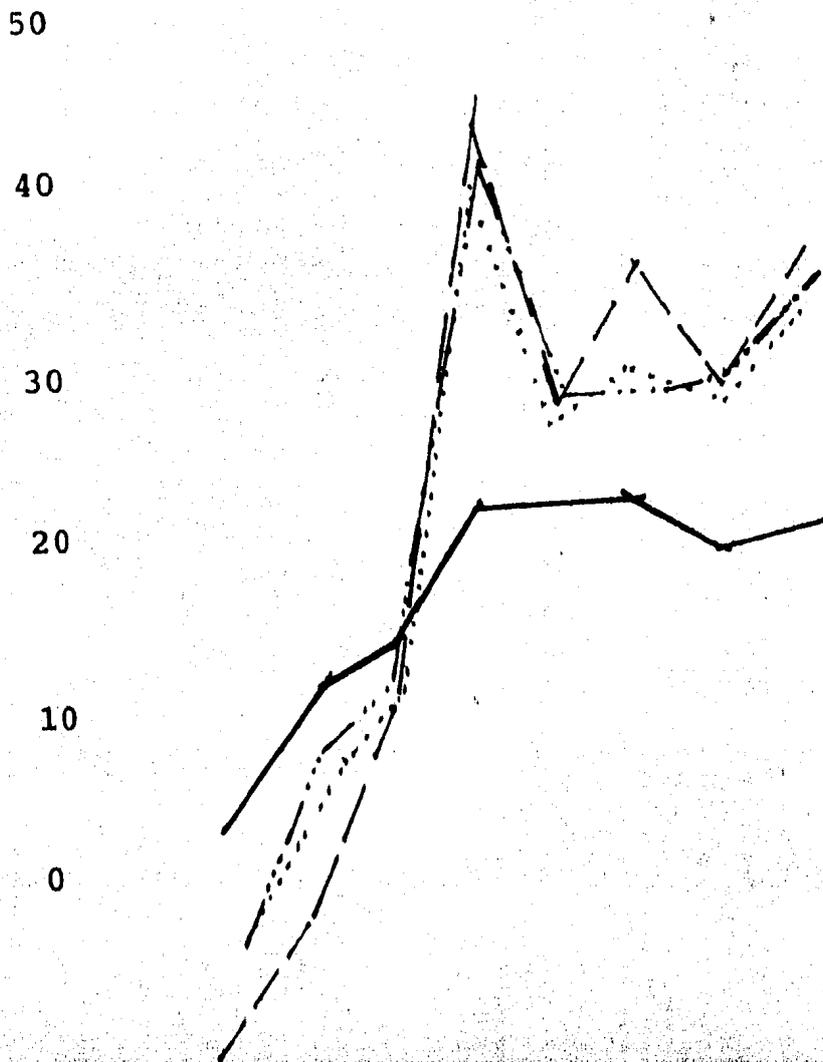
Producción Bruta:

Consumo Intermedio: -...-...-....

Remuneración de Asalariados: _____

Excedente Bruto de Explotación: -----

FUENTE: Secretaría de Programación y Presupuesto.



de celulosa de origen forestal, pues para la fabricación de pa-
peles finos para la impresión, otras materias primas no garan-
tizan calidad.

La gráfica número 2 muestra la evolución de la producción
bruta, el consumo intermedio, los salarios y el excedente de -
explotación de la industria de la celulosa y el papel y sus -
productos durante el periodo de 1970-1978 (ver también el cua-
dro II). Existen dos elementos que llaman la atención; por un
lado la igualdad entre la producción y el consumo intermedio y
por el otro, la polaridad manifestada por los salarios y el ex-
cedente.

CUADRO II

CUENTAS DE PRODUCCION DE CELULOSA, PAPEL Y SIMILARES. 1970 -1978 (pesos de 1960).

	PB	%	CI	%	VA	%
1970	5 502		3 274		2 227	
1971	5 337	-3.0	3 186	-2.6	2 151	-3.4
1972	5 885	9.3	3 520	10.4	2 315	7.6
1973	6 193	6.1	3 653	3.8	2 539	9.6
1974	7 778	25.6	4 664	27.6	3 113	22.6
1975	6 920	-11.0	4 159	-10.8	2 760	-11.3
1976	7 060	2.0	4 153	-0.1	2 907	5.3
1977	6 949	-1.5	4 183	0.7	2 766	-4.8
1978	7 263	4.5	4 374	4.5	2 889	4.4

PB= Producción Bruta. Promedio de crecimiento: 4% anual.

CI= Consumo Intermedio. 4.1% promedio anual.

VA= Valor Agregado. 3.7% de promedio anual.

Continúa a la vuelta.

CUADRO II
(Continuación)

1970	897		98		1 232	
1971	939	4.6	109	11.1	1 103	-10.5
1972	1 001	6.6	123	13.5	1 190	7.9
1973	1 024	2.2	143	15.7	1 372	15.2
1974	1 108	8.1	220	54.2	1 785	30.0
1975	1 110	0.2	152	-31.0	1 498	-16.0
1976	1 110	0.0	151	-0.2	1 645	9.8
1977	1 079	-2.7	178	17.7	1 507	-8.3
1978	1 091	1.1	193	8.2	1 603	6.3

S= Salarios. 2.5% promedio anual de crecimiento.

IIS= Impuestos Indirectos menos Subsidios. 11.1% anual.

EBE= Excedente Bruto de Explotación. 4.3% anual.

FUENTE: SPP, Sistema de Cuentas Nacionales.

Tanto la producción bruta como el consumo intermedio señalan con claridad que después de una caída en 1971, entraron en una fase de expansión hasta 1974, año en el cual alcanzan la cima de su crecimiento, pues hasta 1978 no hubo un nuevo repunte. La caída más fuerte fue en 1975 y marcó el inicio de una prolongada etapa de estancamiento. Al consultar las cifras a pesos corrientes encontramos que el decremento fue de solo 0.3% y a partir de entonces hubo un notorio aumento que reflejó los altos índices de inflación en el sector combinados con una notoria disminución del volumen de la producción (en Tons.).

El acelerado crecimiento registrado entre 1972 y 1974 se debió fundamentalmente al déficit de la producción nacional, - el cual combinado con el tipo de cambio a \$12.50, permitió - incrementar las importaciones de materia prima. Los vaivenes - de la demanda así como la modificación en el aparato productivo de las empresas estatales y la contracción de la inversión

privada fueron factores que volvieron a poner de manifiesto la ineficiencia de esta industria a través de una nueva crisis en 1975.

Los salarios constituyeron la línea que tuvo una evolución más lenta. La primera medida para aguantar las crisis así como para mantener la cuota de ganancia, es el congelamiento de las remuneraciones cuando no el despido. Para resolver los problemas de materias primas o del aparato productivo es preciso invertir, desarrollar capital. Para reducir capital variable, salarios, no hace falta más que recurrir a una política de contención o de desempleo y en esas condiciones esperar la depuración del mercado. En 1975 dejaron de laborar en este ramo industrial un total de 2 026 empleados, es decir, hubo una reducción de 4.5% en relación al año de 1974. Sin embargo, el nivel de empleo se recupera en 1977 y continuó su alza a partir de entonces (con la nueva crisis seguramente existen nuevos despidos). Es preciso señalar que a pesar del aumento en el empleo, la masa dineraria permaneció estancada. En 1975 el salario promedio por trabajador fue de 26 361 pesos (a precios de 1960) y para 1978 se redujó hasta 23 789 pesos, casi 3 mil menos que en 1975. Ello evidencia que el despido tuvo la intención de proteger la ganancia y la liquidez empresarial y que la recuperación del empleo tuvo como condición no incrementar en lo más mínimo la masa total del capital variable. Se dejó en manos de la inflación la reducción de los salarios y en la medida que ésta hacía su trabajo erosionador del ingreso obrero, se fue recurriendo a la estabilización de la planta laboral.

La tendencia salarial seguida por la industria del papel debe explicarse por el comportamiento que en este sentido tuvo el conjunto de la industria nacional. Desde el sexenio de Echeverría y sobre todo con la devaluación de 1976, el país estuvo regido por una política de contención salarial. Los incremen--

tos otorgados al conjunto de la clase obrera siempre buscaron quedar por debajo de la situación anterior a la crisis. En el caso de la industria papelera la política salarial puede testimoniarse con un simple recuento de las huelgas estalladas durante el periodo. Un seguimiento en este sentido sería interesante para ilustrar y demostrar el papel de los salarios en una sociedad capitalista en crisis.

CUADRO III

PERSONAL OCUPADO Y REMUNERACION MEDIA ANUAL POR TRABAJADOR. 1970-1978 (a precios de 1960).

	Personal Ocupado		Remuneración Media Anual	
		%		%
1970	39 590		22 667	
1971	41 540	4.9	22 610	-0.2
1972	40 753	-1.9	24 576	8.7
1973	42 285	3.7	24 223	-1.4
1974	44 156	4.4	25 094	3.6
1975	42 130	-4.5	26 361	5.0
1976	44 075	4.6	25 187	-4.4
1977	44 752	1.5	24 124	-4.2
1978	45 897	2.5	23 789	-1.3

FUENTE: SPP, Sistema de Cuentas Nacionales.

El comportamiento de los salarios es indicativo en otro sentido: cómo éstos forman parte de los costos de producción, entonces puede haber variaciones hacia arriba o hacia abajo sin que ello afecte el precio global de producción. Así, puede haber un aumento en los precios de la materia prima acompañado de una reducción real (no nominal) de los salarios y no se manifiesta una variación importante en el precio de producción de una mercancía determinada. La importancia de impedir un incremento en los precios de producción radica en la competitividad de una empresa y su margen de ganancias. La modificación -

de la estructura en los factores de producción se consigue a través del aumento general en los precios y el manejo nominal de los salarios.

Cuando la descomposición en la estructura del precio de producción es ocasionada por un alza en el precio de las materias primas, la nivelación de los salarios sobreviene rápidamente, pues el aumento en el precio del producto, papel en este caso, es generalizado para todo el ramo y el efecto de la variación se transfiere al consumidor. En cambio, cuando la descomposición se origina en el capital fijo (maquinaria y equipo) la curva salarial se deprime por más tiempo, pues el lapso de cambio o reposición tiende a durar varios años y porque, generalmente hay una depuración de las empresas participantes en el ramo. Este es el caso del papel, y aunque han habido constantes aumentos en los precios, éstos no han sido suficientes para cambiar la situación y no han cristalizado en la renovación del aparato productivo, sino en situar a varias empresas en peligro de extinción (9).

Al comparar la tendencia salarial con la del excedente, rubro en el cual se contabilizan las ganancias y el fondo para la inversión y reposición del capital fijo, llama la atención lo siguiente: aunque la línea del excedente es similar a la de producción, la primera alcanza el mayor crecimiento en el periodo analizado y sufre los más marcados altibajos. Es la tendencia que inicia en el punto más bajo y termina el ciclo en la cima. Como se ve, a pesar de las crisis, existe una mejor recuperación de las ganancias que de cualquier otro elemento productivo. Esto lo constataremos cuando analisemos a las empresas en particular.

Anteriormente ya se mencionó que de 1970 a 1981 la producción papelera creció en más del doble. Sin embargo, en tal periodo la estructura en cuanto al tipo de papel producido no su

frió modificaciones. En 1970, 24.2% del total de la producción correspondió al papel para escritura e impresión, mientras que en 1980, llegó al 29% y la demanda interna seguía sin satisfacerse en su totalidad. Como se ve, la mayor parte del papel producido en México es para usos comerciales e industriales y ello se explica porque es más redituable e implica una menor inversión así como un mínimo control de calidad. Esto adquiere más solidez cuando se echa una mirada a la estructura de las importaciones. En 1970, el 91.8% del papel importado fue para usos editoriales, mientras que para 1980 el porcentaje se reduce hasta un 45.7%. La magnitud real del porcentaje anterior se observa cuando se constata que en términos absolutos la disminución de las importaciones de papel para escribir en esos diez años ha sido sólo de 40 mil toneladas (10) y al mismo tiempo ha habido un considerable aumento en las importaciones de otros tipos de papel (ver cuadro IV). En términos relativos, ello quiere decir que para el conjunto de la industria papelera el déficit en la demanda se ha generalizado a todo el ramo. La variación absoluta en el volumen de las importaciones durante la década alcanza un total de 318 037 toneladas. (ver cuadro IV).

El Papel para Escritura e Impresión.

En lo que respecta al papel para escritura e impresión encontramos que el papel bond es el de mayor producción. En 1970 se fabricaron 97 628 toneladas equivalentes al 45% de la producción total. En 1980 la producción asciende a 270 119 tons. representantes del 48.2% del papel elaborado durante ese año. Lo anterior es motivado por la mayor utilización del papel bond en la edición de libros y en la fabricación de cuadernos y libretas. La producción nacional de este tipo de papel ha alcanzado generalmente para satisfacer la demanda interna. Sólo en 1980 fue necesario recurrir al exterior, pero el volumen global no fue cuantioso.

CUADRO IV

VOLUMEN PRODUCCION Y CONSUMO DE PAPEL 1970-1980.
(Toneladas).

CONCEPTO	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977
Producción Total	896 687	907 821	981 127	1112 658	1253 688	1184 603	1330 922	1453 656
Papel para escritura e impresión	217 315	218 982	244 413	257 978	296 828	285 858	349 087	393 922
Aereo y Copia	7 399	7 534	8 294	7 900	7 584	10 702	7 592	6 219
Bond	97 628	95 745	109 461	127 191	154 743	143 385	173 115	183 131
Ediciones	6 677	8 814	11 940	9 640	10 725	16 048	19 747	15 744
Recubierto	30 832	33 003	39 921	40 674	40 227	35 110	42 144	51 622
Periódico	40 000	37 943	39 664	39 180	40 000	29 380	56 204	89 664
Libros Texto	10 500	13 065	11 336	4 161	17 000	17 343	17 815	14 554
Cartulina sin Recubrir	20 004	18 959	18 868	18 763	21 713	25 115	26 550	28 511
Cartulina Recubierta.	4 275	3 919	4 929	10 469	4 836	8 775	5 920	4 477
IMPORTACION TOTAL	262 143	194 924	221 322	214 025	292 476	302 206	284 855	297 199
Importación de Papel para Escritura e Impresión.	240 867	180 207	184 230	167 350	234 379	263 010	249 098	257 953
Periódico	240 867	168 430	168 880	120 717	194 291	220 592	207 745	233 217
Libros de Texto	-	-	-	32 498	22 116	28 782	33 839	17 340
Recubierto	-	5 422	9 841	7 923	9 291	9 007	4 578	4 293
Tarjetas	-	5 753	5 049	5 479	7 820	2 494	2 124	2 639
Otros	-	602	460	733	851	2 135	812	464
Consumo Total, Escritura e Impres.	458 152	403 212	428 643	425 328	531 207	548 868	598 185	651 875
CONSUMO TOTAL.	1158 830	1102 745	1202 449	1326 683	1546 164	1486 809	1615 777	1750 855

FUENTE: Cámara Nacional de la Industria de la Celulosa y el Papel y Nacional Financiera.

CUADRO IV
(Continuación)

CONCEPTO	1583 656	1731 425	1896 463
Producción Total.			
Papel para escritura e impresión	434 228	501 353	559 675
Aereo y Copia	7 776	8 460	11 766
Bond	207 898	236 232	270 119
Ediciones	20 008	22 834	27 000
Recubierto	53 398	55 575	48 693
Periódico	84 430	94 925	115 734
Libros Texto	24 307	36 615	27 518
Cartulina sin Recubrir	30 175	33 881	40 923
Cartulina Recubierta	6 236	12 831	17 922
IMPORTACION TOTAL	160 980	240 663	580 180
Importación de Papel para Escritura e Impresión	107 627	133 607	265 638
Periódico	87 033	110 036	200 358
Libros Texto	10 391	-	
Recubierto	5 158	17 430	65 280
Tarjetas	3 332	4 566	
Otros	1 713	1 575	
Consumo total, Escritura e Impresión.	541 855	634 980	825 313
CONSUMO TOTAL.	1744 064	1972 088	2476 583

FUENTE: Cámara Nacional de la Industria de la Celulosa y el Papel. Nacional Financiera.

Caso contrario es el del papel periódico, pues a pesar de ser el papel con mayor demanda la producción nacional ha sido insuficiente desde hace mucho tiempo. En 1970 la producción de papel periódico representó el 18.4% del total en el rubro de Escritura e Impresión y en 1980 sólo se incrementó hasta el 20% - a pesar de las fuertes inversiones estatales realizadas durante la década. Las importaciones del papel periódico han sido, tradicionalmente, las más importantes. En 1970 equivalieron a más del 90% de todas las importaciones de papel y al cien por ciento en relación al papel de uso editorial. Sin embargo, el incremento en la producción nacional si tuvo un reflejo importante - en la composición de las importaciones; en 1980 las compras al exterior de papel periódico equivalieron al 75.4% del papel para escritura e impresión y al 34.5% del total de las importaciones del ramo.

Así, entre el papel periódico y el bond cubren el 63.4% de la producción nacional de papel para usos editoriales. El resto de la producción se reparte entre las siguientes clases (11): - aereo y copia, 2.1%; papel tipo ediciones, 4.8%; papel recubierto, 8.7%; libros texto, 4.9%; cartulina sin recubrir, 7.3%; cartulina recubierta, por último, 3.2%.

En relación al consumo nacional aparente, la producción nacional de papel ha tenido un notable avance. En 1970 el consumo fue de 458 152 toneladas y en 1980 ascendió a 825 313 toneladas (casi el doble). En el primer caso, la producción nacional cubrió el 47.4% del consumo, mientras que en 1980 llegó hasta el 67.8%. Es interesante señalar, sin embargo, que al analizar la participación del conjunto de la producción papelera (incluyendo papeles para empaque y otros usos) en relación al consumo, - el avance no existe pues en 1970 la producción nacional satisfizo el 77.4% de la demanda y en 1980 el 76.5%. Si bien el défi-cit de la producción disminuyó en el caso del papel para escritura e impresión por el efecto de un incremento considerable en

la oferta interna, tal situación no puede generalizarse al conjunto de la industria papelera. Seguramente el aumento relativo en la oferta de papel para escritura e impresión durante la década pasada es el resultado de la inversión estatal en la elaboración de papel periódico y de libro de texto. No es posible - que el sector privado haya participado notablemente porque sus inversiones siempre han sido más redituables cuando producen otros papeles. Cuando analicemos a las empresas en particular -- veremos que sólo Kimberly Clark (dentro del grupo de las de capital privado) realizó inversiones importantes que implicaron - un incremento en la producción. Por ello es seguro que si se - abstraen las cuentas de las empresas estatales, no se va a encontrar ninguna disminución del déficit en la producción papelera. Lo anterior nos lleva a plantear que la inversión no guarda una relación directa en la demanda, pues ya es secular que el - mercado para el papel en México sobrepase por mucho a la oferta. Veamos el asunto desde otra perspectiva.*

* El consumo per cápita de papel en México es raquítico. Ver este consumo como indicador de la participación de la población en el mercado es interesante por dos razones: casi todas las mercancías de origen industrial se presentan envueltas, cubiertas de un protector que suele ser papel. En segundo lugar, una considerable parte del consumo del papel lo representa la adquisición de medios de comunicación impresa y el consumo masivo de éstos guarda una estrecha relación con los niveles educativos y con la estructura socioeconómica de la población.

CUADRO V
CONSUMO PER CAPITA DE PAPEL EN ALGUNOS PAISES: 1979.

PAIS	Kgs. año.
Estados Unidos	292
Finlandia	226
Suiza	207
México	28.4
Brasil	26.7
Chile	23.4
Perú	10.4
Colombia	16.2

FUENTE: CICEPLA y CNICP.

Uno de los indicadores más claros sobre las características de la crisis es cotejar la producción real con la capacidad instalada. Según la información proporcionada por la CNICP, en 1980 la capacidad instalada en el renglón de papel para escritura e impresión era de 646 mil toneladas anuales (ver cuadro VI). Lo anterior significa que en 1980 la producción real representó el 86.6% de la capacidad instalada. Sin embargo, existen dudas respecto a la veracidad de tal dato pues, en primer lugar, en una entrevista en la cámara se nos dijo que el aprovechamiento o nivel de la producción ascendía al 80%. En segundo lugar, al cotejar los datos proporcionados por las fábricas papeleras en febrero de 1981, resultó algo completamente diferente: Adamex trabajaba al 66%, Industria Papelera Mexicana al 39%, Papelera de Chihuahua al 72%. Las empresas estatales observaban un rendimiento mayor: PRONAPADE trabajaba al 89%, Mexicana de Papel Periódico al 84% y Fábrica de Papel Tuxtepec también al 84%. Con esta información puede asegurarse que difícilmente en términos generales, la producción alcanza el 75% de la capacidad instalada. Según parece no era San Rafael el único caso con maquinaria en paro o trabajando al mínimo de su capacidad, pues en términos de potencial diario resulta que, por ejemplo, Fábrica de Papel Coyoacán, San José y Nepamex desutilizan el 50% de su capacidad. Sucede entonces que todas las pequeñas fábricas y algunas de las más antiguas (como San Rafael) tienen un alto nivel de desaprovechamiento de su capital fijo, mientras que las estatales y los modernos monopolios como Kimberly y San Cristóbal alcanzan mejores niveles de producción.

A partir de 1971 en el ramo paplero y en particular en el área de escritura e impresión, se ha gestado una transformación fundamental: cambia la estructura del orden de las empresas más importantes y las características de los inversionistas. Por primera vez en la historia San Rafael dejó de ser la compañía con más ventas, dejando su lugar a Kimberly Clark; además, en

el mismo lapso, Fábrica de Papel Tuxtepec fue estatizada y en el año de 1974 se fundan Mexicana de Papel Periódico y PRONAPADE. - Entre ellas y San Cristóbal concentraban más del 80% de la inversión planeada hasta 1987, lo cual acarrea previsiones evidentes en cuanto a quiénes concentrarán a corto plazo los ingresos por concepto de papel (la crisis modificó los planes de inversión y la nacionalización bancaria implicó un sensible cambio en la estructura de la propiedad. Ambos factores no existían en 1981). Como sea, la crisis se ha venido resolviendo con la monopolización, el lento desplazamiento de las pequeñas fábricas no vinculadas a ningún grupo financiero o industrial así como con el --traspaso de los grandes elefantes blancos (San Rafael). Con anterioridad a la nacionalización bancaria la composición de los capitales era la siguiente: de origen financiero, estatal y extranjero. La nacionalización bancaria posibilitaría una reestructuración radical.

CUADRO VI

CAPACIDAD INSTALADA PARA LA RPODUCCION DE PAPEL.

1980-1985 (Miles de Toneladas Métricas).

Periódico y Libro de Texto.	190	230	255	305	330
Otros para Escritura e Impresión	456	501	614	687	687
Subtotal	646	731	689	992	1017
TOTAL PAPEL	2343	2628	3229	3434	5512

FUENTE: CNICP.

¿Porqué no todas las empresas tienen posibilidades de invertir y modernizar su equipo y maquinaria? De acuerdo a la información recabada en la cámara, resulta que en enero de 1982 el costo de la inversión en una tonelada de capacidad diaria era de 6 millones de pesos. Para alcanzar 100 toneladas diarias había que

GRAFICA 3.

PAPEL PARA ESCRITURA E IMPRESION.
IMPORTACIONES Y PRODUCCION; EN TONELADAS.
1970-1980.

Importación de Papel para Escritura e Impresión: _____
Producción de Papel para Escritura e Impresión: - - - - -

FUENTE: Cámara Nacional de la Industria de la Celulosa y el
Papel.



invertir 600 millones de pesos (12), cifra muy por encima de las posibilidades de empresas menores. Como la inversión implica necesariamente la importación de maquinaria, hoy en día el costo - en una sola tonelada ya se multiplicó hasta cinco veces. Así, fabricar 100 toneladas diarias implica, hoy, alrededor de 3 mil millones de inversión.

Del cuadro anterior se desprende lo siguiente: sin considerar las variaciones en el tipo de cambio de 1981 a 82 debieron invertirse 1 389 millones de pesos; de 82 a 83, 2 268 millones; de 83 a 84, 2 010 millones y de 84 a 85, la cantidad de 408 millones. Difícilmente lograrán alcanzar las metas propuestas, porque los índices de depreciación del capital fijo son considerables: entre el 26 y el 30 por ciento anual (13). En este marco de devalorización del capital productivo y dinerario sólo los monopolios y las empresas estatales tendrán oportunidad de franquear los límites. El resto de la industria en crisis asistirá, seguramente, a una transformación que los dejará fuera de la competencia.

Como quiera que sea, importa destacar el marcado proceso de concentración, el cual en el corto plazo más que alcanzar la meta de satisfacer la demanda interna, servirá para sustituir la producción faltante de las pequeñas empresas, más aun cuando dadas las características de los precios, para los grandes monopolios éste es un periodo de ganancias extraordinarias.

Los recientes sucesos de crisis, nacionalización bancaria y transformación de la estructura de propiedad en el ramo deben propiciar una reorientación en la política industrial y, particularmente, de la política en la producción de papel. No se trata de concentrar capital sino de facilitar crédito condicionado a sustituir importaciones y buscar niveles productivos para competir en el mercado externo y así aliviar el déficit en divisas que genera el sector. Una política que apoye la producción barata de papel para usos editoriales, que impida los precios de mo-

nopolio y logre una verdadera integración vertical de todo el -- sector industrial nacido de la explotación de la madera y fibras susceptibles de convertirse en papel. Una política que impida la eterna decapitalización agrícola y fomente el empleo.

El estudio de las importaciones de papel para escritura e - impresión también es indicativo de los ciclos en la producción - nacional. Aun cuando en términos absolutos las importaciones fue- ron menores en 1980 que diez años antes, a lo largo del decenio predominó una tendencia zigzagueante, similar a la tendencia de la producción. Los altibajos fueron tan marcados que de 1979 a - 1980 la importación de papel se incrementó en 98.8%. Si se obser- va la gráfica 3 se encontrará la relación entre momentos críti- cos y aumento de los volúmenes de compra al exterior. Así, para el año de 1975, cuando se efectuó la caída más grande en la pro- ducción, hubo igualmente un alza en el volumen de importaciones, la cual se sostuvo en 1976 y 1977, años en los que se siguió ma- nifestando el fenómeno depresivo. En 1980 volvió a haber coinci- dencia. Esta se debió a la concesión de licencias de importación a las editoriales por el excesivo precio del papel nacional. Una tonelada de papel bond costó aproximadamente 32 mil pesos y una de papel periódico 16 mil pesos.

Los países a los que mayores compras se hicieron en 1976, - 77 y 78 tanto en papel para escritura e impresión como en maqui- naria fueron Alemania Federal, Canadá, Estados Unidos, Italia y Suecia. A continuación se hacen las especificaciones (en millo- nes de pesos):

	1976	1977	1978
1.- RFA.			
Máquinas y aparatos para la fabricación de pasta celulósica y acabado del papel y el cartón:	13.8	0.6	66.4
Otras máquinas y aparatos para el mismo objeto:	66.7	31.5	72.8
Total:	80.5	32.1	139.2

	1976	1977	1978
2.- Canadá.			
Papel Prensa (Periódico):	381.4	521.8	177.1
3.- Estados Unidos.			
Desperdicios de papel y cartón sólo utilizables en la fabricación de papel:			
	116.8	275.9	541.3
Papel Periódico:	595.5	1220.8	580.1
Papeles para impresión y escritura:	59.0	66.6	88.2
Subtotal:	771.3	1563.3	1209.6
Máquinas y aparatos para fabricar celulosa, papel y cartón:			
	85.1	101.3	111.3
Sus partes y piezas sueltas:	83.1	307.5	62.9
Otras máquinas y aparatos con el mismo objeto:			
	71.4	74.7	105.5
Subtotal:	239.6	483.5	279.7
Total:	1010.9	2046.8	1489.3
4.- Italia.			
Máquinas y aparatos para fabricar celulosa, cartón y papel:	0.0	0.0	97.9
5.- Suecia.			
Papel Periódico:	27.7	43.5	0.0
Papel para escritura e impresión:	3.5	14.3	1.3
Total:	31.2	57.8	1.3

FUENTE: SPP, Información sobre las relaciones económicas de México con el exterior.

Para 1980, de acuerdo a los informes sobre papel recibido de PIPSA, los principales países proveedores de papel fueron los siguientes:

Canadá	61 821 tons.
Estados Unidos	69 810 tons. + 72 821 de papel para reciclaje.
Finlandia	76 837 tons.
RFA	220 tons.
España	2 247 tons.
Suecia	1 287 tons.
Holanda	148 tons.

De lo anterior se desprende que los principales proveedores de papel son Estados Unidos, Canadá Y finlandia. En cuanto a la maquinaria Estados Unidos es el país dominante.

Prácticamente toda la maquinaria empleada en la producción de papel es de origen extranjero, sobre todo estadounidense. Todas las fábricas encuestadas contestaron utilizar equipo extranjero, el cual suele ser bastante viejo y tecnológicamente superado en los países de origen. Ello ocasiona una permanente desventaja en términos de competencia con el exterior, pues los precios de producción tienden a ser mayores. Esta situación se explica en función de los procesos de desvalorización del capital en los principales países industrializados, quienes ante el vertiginoso avance de la tecnología cubren con mayor rapidez los ciclos de utilización del capital fijo, cambiándolo con anterioridad a que deje de servir. La alternativa es traspasarlo a los países en proceso de industrialización, aquellos países donde la fuerza de trabajo es más barata, donde la composición orgánica del capital es menor y donde la tasa de ganancia es mayor.

Por esa vía se mantienen los lazos de dependencia de la industria del papel en México. Por ello, sin la existencia de una política adecuada de sustitución de importaciones en el ramo, será difícil que los precios del papel mexicano puedan nivelarse al precio internacional; más aún si no se experimenta la utilización de materias primas alternativas. El reto es evitar que sigan manteniéndose las condiciones propicias para la consolidación de los monopolios, es decir, procurar un desarrollo industrial íntegro y al servicio de la sociedad mexicana, un desarrollo industrial que no se genere a costa del empleo y de la manipulación del mercado. Por lo pronto pasemos a observar la historia de la monopolización del ramo papelerero a partir del examen de las empresas que han participado en esta industria y de la acción de los grupos industriales y financieros.

B.- LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE PAPEL PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACION IMPRESA; SUS CARACTERISTICAS PRINCIPALES.

Si por azares del destino de la humanidad o la ciencia ficción, en un día de desgracias el papel dejara de existir sobre el planeta, en ese mismo instante, irremediablemente, nuestra civilización recibiría un golpe mortal. Junto al papel desaparecerían una asombrosa gama de relaciones sociales y estructuras de poder. En ese instante fugaz se acabarían los billetes, cheques, letras de cambio, giros, todo el dinero no metálico. Regresaríamos a la época del oro y la circulación mercantil se colapsaría. Sin papel no habría libros, periódicos, revistas, correspondencia, libros de cuentas, bibliotecas, archivos, documentos, comprobantes y títulos de propiedad, actas de nacimiento ni cédulas de identificación, fotografías, escuelas, mapas, planos, memoria histórica.

Tampoco habría la posibilidad de empacar y envolver una multitud de productos agrícolas e industriales. Con la desaparición del papel se detendría la circulación de mercancías y regresaría a tiempos olvidados la división social del trabajo y la estructura de clases prevaleciente.

El papel es fundamental en la cultura moderna, en la cultura desarrollada a partir de la producción industrial y el liderazgo de los centros urbanos. Desde entonces, como nunca antes, el papel ha sido un eficaz medio de transporte para las mercancías y los productos del trabajo, la memoria social, las relaciones de producción, el dinero y el poder. ¿Qué sería de las burocracias sin el papel? ¿Cómo se ejercería el control social y del individuo sin esta materia prima? ¿Quién podría adjudicarse títulos de propiedad sin la mediación única de la violencia?

El papel en nuestros días es una garantía, un aval, una manera, a veces única, para demostrar hasta la identidad misma de el individuo.

Con anterioridad a la aparición y proliferación masiva de los medios de comunicación audiovisuales, la radiotelefonía y la computación, no había más vehículo para registrar las relaciones sociales, los archivos históricos y transportar la comunicación diaria que el papel.

Sin embargo, la sustitución del papel es aun lejana, incluso en los países más desarrollados. Es muy distante el día en el cual el papel pierda su lugar central en la economía, la historia y la continuidad cultural de las civilizaciones. El futuro, donde la información se desplazará a través del plástico, la electrónica, la cibernética y otras posibilidades alternas, apenas se vislumbra e inicia su recorrido como parte fundamental de la acumulación del capital en los países más industrializados. Por el momento el papel continuará manteniendo un rol estratégico como industria y como soporte cultural.

En México, la utilización del papel ha sido gradual, pero no menos importante. La conformación "moderna" de la planta industrial es posterior a 1940 y, en cierta medida, paralela a la aparición de nuevos medios para la transmisión de información.

A pesar del constante y, en algunas épocas, rápido crecimiento de la industria, de la diversidad en la producción papelera así como de la eficaz integración del papel a la sociedad mexicana, el desarrollo de este ramo ha reproducido los vicios y tendencias propios de la industria nacional.

Monopolización, elevados costos de producción, incompetitividad en su relación con el exterior, inadecuada sustitución de importaciones, déficits en el intercambio de divisas, falta de integración con el resto de la industria, son sólo algunos de esos vicios y tendencias que han culminado en una grave crisis estructural.

En nuestro país la monopolización ha sido la forma del crecimiento económico por excelencia. "la concentración y centrali

zación de capital ha llegado en México a un nivel muy elevado. En el 75% de las ramas industriales, los grandes establecimientos determinan el funcionamiento del conjunto de las empresas. En promedio, las 4 empresas principales generan el 42.6% de la producción de cada rama...Siete poderosos grupos bancarios rigen el sector financiero...". (14).

En este apartado se desarrollará un acercamiento a las --- principales empresas que producen papel para la escritura y la impresión en México con el fin de resaltar los procesos y mecanismos de monopolización en el sector así como el rol que juegan en la estructuración del ramo industrial y en los procesos de acumulación del capital.

Antes de presentar el seguimiento es preciso apuntar tres cuestiones: la información es válida hasta diciembre de 1981. - La nacionalización bancaria y la dinámica de la estructura de propiedad en tiempos de crisis han modificado el cuadro; ello - no afecta el contenido de la investigación.

En segundo lugar es preciso señalar que el cuerpo de la información aquí presentada fue obtenido básicamente en dos fuentes: uan encuesta realizada directamente con las empresas en febrero de 1981 y los análisis estadísticos anuales de la revista Expansión.

Por último, cabe decir que al final del capítulo se reúne una parte sustancial de la información vertida acerca de cada empresa en un apéndice estadístico; ello facilitará al lector - la lectura e interpretación crítica del texto.

De acuerdo a los datos proporcionados por los censos industriales, en 1970 existían 175 fábricas productoras de celulosa, papel y cartón, mientras que en 1975 su número se redujo a 156 establecimientos. Otra fuente, la memoria estadística de la Cámara Nacional de la Industria de la Celulosa y el Papel publicada en 1981, señala la existencia de 65 plantas productoras, 13

de las cuales producían celulosa, 38 papel y 14 ambos productos.

Dadas las características de las fuentes, no puede concluirse que haya habido una drástica disminución de fábricas, pues - las estadísticas de la CNICP no han de considerar a quienes no son sus socios y, en lo relativo a los censos industriales es - bien sabido que de uno a otro varían los criterios de investiga - ción y, además, deben incluir varios establecimientos no perte - necientes a este rubro (como empresas que trabajan en base al - papel).

En relación a la producción de papel para la escritura e - impresión, a mediados de 1981 funcionaban 13 compañías propieta - rias de 19 plantas industriales (15), algunas fundadas a princi - pios de siglo. Es interesante apuntar que sólo tres de las tre - ce empresas producen papel periódico y son de propiedad estatal. De las 19 plantas industriales, diez se localizan en el DF y - los municipios del Estado de México aledaños a la metrópoli, 3 en Veracruz y una en los estados de Oaxaca, Michoacán, San Luis Potosí, Querétaro, Puebla y Chihuahua. A excepción de la última, todas se ubican en el centro del país. La localización de las - fábricas no está en relación a las principales zonas forestales. La ubicación de los centros productivos, con excepción de algu - nas fábricas especializadas en papel periódico, responde más -- bien a la cercanía de los principales mercados consumidores (la mayoría de las editoriales están concentradas en la ciudad de - México) a fin de reducir costos de transporte y distribución.

A continuación se presentan las principales característi - cas de cada una de las empresas papeleras especializadas en sa - tisfacer las necesidades de los medios de comunicación impresa (a la lista se agrega información sobre PIPSA).

1.- Adamex: Esta empresa fue fundada en 1955 bajo el nom - bre de Adamas; en 1964 recibió su nombre actual. Es una empresa que asegura ser casi cien por ciento de capital nacional, aun - que no proporcionaron información sobre el monto y el origen de

la inversión extranjera. Adamex posee dos plantas: una en el DF y otra en Tlanepantla, edo. de México. Su producción de 1978 a 1980 ascendió a 20 mil toneladas anuales, cifra menor a su capacidad instalada: 30 mil toneladas. Trabajaban 329 personas (incluyendo personal administrativo) y aseguraban producir cotidianamente 49 toneladas. No producen papel periódico. Su capital total era de 346 millones de pesos en 1981.

2.- Fábrica de Papel Coyoacán fue fundada en septiembre de 1956. Es una sociedad anónima de capital nacional y no hay accionista mayoritario. La fábrica se encuentra en la ciudad de México y tenía un personal de 358 empleados. El capital total de la empresa en 1981 era de 124 millones de pesos. La empresa alcanzó una producción en 1978 de 30 mil tons., 33 mil en el año de 1979 y 37 mil en 1980. Raramente producen el 80% de su capacidad instalada (50 mil toneladas).

3.- Fábrica de Papel México. Es una sociedad anónima de capital nacional. La fábrica está en el estado de México e informo tener un capital total de 328 millones de pesos. Contaba con 558 empleados y una capacidad instalada de 50 mil toneladas anuales.

4.- Fábrica de Papel San José. Fue fundada en marzo de 1954 y es una sociedad anónima de capital nacional. Aparecía como -- propietaria la señora Julia Candau vda. de García y no hay señales de vinculación con algún grupo financiero o industrial. Trabajaban 146 personas y la fábrica se ubica en el estado de México. La producción de San José es muy pequeña: en 1978 se fabricaron 4 250 tons. y en 1979 y 1980 produjeron 4 700 tons. respectivamente. Podían producir 30 toneladas diarias. Esta es la empresa más pequeña del sector; su capital total tenía un valor de sólo 46 millones de pesos.

5 y 6.- Industria Papelera Mexicana y Papelera de Chihuahua. La primera fue fundada en octubre de 1973 y la segunda desde agosto de 1941. De acuerdo a los resultados de la encuesta, ambas compañías son sociedades anónimas de capital privado nacional y el accionista mayoritario en 1981 era Carlos Maldonado Elizondo. Aun cuando, de acuerdo a los datos de Expansión, las dos empresas se hayan formalmente vinculadas al grupo COPAMEX, parece ser que también tenían vínculos con la Compañía Papelera Maldonado.

De Compañía Papelera Maldonado puede decirse que es una de las principales empresas del ramo de la celulosa y el papel. Según el Anuario Estadístico del Mercado Mexicano, edición de 1981, la compañía tuvo ventas en 1978 por valor de 551 millones de pesos y en 1979 por 746 millones. En 1980 Expansión informa que las ventas de la compañía ascendieron a 969 millones. Entre 1976 y 1980 el promedio de incremento de sus ventas fue de 28.3 por ciento. En un documento publicado el 9 de noviembre de 1981 en Uno más Uno y firmado por Iván Restrepo se señala que la compañía pertenecía al grupo "Cima" ("Pioneros en productos de papel"), mismo que era propietario de Recubrimiento y Laminaciones de Papel. La expansión del grupo abarcaba todas las líneas de producción papelera con excepción del periódico.

COPAMEX es el grupo monopolístico surgido en el ramo papelerero que más empresas integraba en 1981. Es preciso señalar que el crecimiento del grupo abarca otros giros comerciales como bienes raíces y turismo. Esto es importante porque indica el comportamiento del capital en cuanto a la tendencia de invertir en áreas que aseguren mayores ganancias menos riesgos de pérdidas o desvalorización. En agosto de 1981, el grupo se conformaba con las siguientes empresas:

Copamex.

Papelera de Chihuahua.

Industria Papelera Mexicana.

Sacos de Papel.
 Bolsas y Artículos de Papel.
 Bolsas de Papel Guadalajara.
 Sacos y Derivados de Papel.
 Sacos de Papel Chihuahua.
 Envases Varisa.
 Sincarbón.
 Empaques Flexibles.
 Bolsas Maldonado.
 Mexicana de Bolsas de Papel.
 Bolsas y Papeles de la Frontera.
 Consorcio Papelero Mexicano.
 Representaciones y Comisiones del Norte.
 Construcciones y Diseños Industriales.
 Auto Fletes Morales.
 Desarrollo Metropolitano del Norte.
 Promotora de Desarrollo Turístico.
 Fraccionadora e Inmobiliaria Escobedo.
 Administración de Planeación.

VENTAS 1976-1980.

(Millones de pesos corrientes)

	76	77	78	79	80
COPAMEX			829	1675	2809
Papelera de Chihuahua	135	170	260		
Industria Papelera Mexicana	156	218	288	408	

FUENTE: Revista Expansión.

El promedio anual de crecimiento de las ventas registrado por el grupo es el mayor de todo el ramo papelero, y es a partir de 1979 cuando Papelera de Chihuahua e Industria Papelera Mexicana pierden significación relativa al interior del grupo.

Por lo que respecta a Industria Papelera Mexicana, la fábrica se encuentra en Uruapan, Mich. y daba empleo a 268 personas. Su capital tenía un valor de 316 millones de pesos. En 1979 pro

dujo 5 700 tons. y en 1980 alcanzó las 17 mil; se esperaban aumentos anuales más notorios, pues su capacidad instalada era de 45 mil toneladas.

Papelera de Chihuahua, ubicada en la ciudad capital del estado, proporcionaba trabajo a 176 personas. Tenía un capital total de 260 millones, de tal forma que entre el par de fábricas juntaban 444 trabajadores y un capital de 584 millones de pesos. En Chihuahua fueron producidas 15 400 tons. en 1979 y sólo 13 mil 700 en 1980. La fábrica tiene instalada una capacidad para 19 mil toneladas por año.

7.- Kimberly Clark. Sin lugar a dudas, la la más importante empresa papelera del país, fue fundada en julio de 1961. Es una sociedad anónima con acciones en la bolsa de valores. En 1981 - Banamex era propietario del 67% de las acciones nominativas y - Kimberly Clark cp. de Estados Unidos poseía el 33% restante. En esa época, Kimberly poseía tres plantas: en Orizaba, Ver., Naucalpan y San Juan del Río, Qro. Producen couches cubiertos y no cubiertos y manejan la marca "Scribe". En esta empresa laboraban 3 665 trabajadores y el capital total tenía un valor de cuatro mil 963 millones de pesos, cifra mucho mayor a la de cualquier otra fábrica. Su producción diaria también era mayor al promedio: 630 tons. .

Es tal la fuerza de la compañía que en 1981, durante febrero y marzo, soportó una huelga de sus trabajadores sin variar para nada su ofrecimiento inicial de incremento a los salarios (16). En esos tiempos Kimberly Clark recibió el más grande crédito para una industria del ramo en la historia; el crédito fue de 210 millones de dólares, equivalente al 45% de los activos de la empresa. La idea era duplicar la capacidad instalada entre 1981 y 1984 (17).

El crecimiento de Kimberly Clark se ha distinguido por ser hacia adentro, sin incorporar a otras empresas del ramo o formar grupos industriales. Ello ha permitido que sea la empresa -

privada con menores costos de producción y mejores índices de productividad. En cierta medida, Kimberly es la empresa destinada a controlar el mercado pues fija los precios de venta, los cuales en función de una ganancia extraordinaria son de monopolio.

CUENTAS DE KIMBERLY CLARK 1976-1980.

(En millones de pesos corrientes)

	1976	1977	1978	1979	1980
VENTAS	2 012	3 178	4 175	5 756	8 410
CAPITAL CONTABLE		1 457	1 987	3 356	4 455
ACTIVOS TOTALES	1 998	2 611	3 820	5 685	7 426

FUENTE: Revista Expansión.

En términos de la productividad del capital, puede decirse lo siguiente: por cada millón de pesos invertido en 1980 en capital contable, la empresa empleaba a 0.84 trabajadores, índice sólo mayor al de PIPSA. De cada millón en ventas, se reinvertía 0.52 millones de capital contable y por cada millón invertido, la empresa vendía 1.88 millones de pesos al consumidor. Tomando en consideración que Kimberly Clark no conforma un grupo industrial, estos índices resultan sorprendentes en el país (18).

8.- Fábrica de Papel San Rafael y Anexas. Fundada en 1892, San Rafael es la empresa papelera más antigua del país. Su historia es una fiel ilustración de la irracionalidad de la estructuración industrial del ramo paplero y del conjunto de la industria nacional. Proteccionismo estatal, equipo productivo cáduco, nula integración al sector externo de la economía, exagerada explotación de la fuerza de trabajo, etc.

En junio de 1981, la fábrica tenía las siguientes características: estaba constituida como sociedad anónima de capital nacional; Banamex era el accionista mayoritario. La empresa consta de dos plantas en el estado de México: una en Chalco y otra

en Tlanepantla. Contaba con 2 696 trabajadores y un capital total de 682 millones de pesos, cifra muy inferior a la de Kimberly Clark. La producción de la empresa en 1978 fue de 120 mil toneladas, 100 mil en 1979 y 123 mil en 1980. Según el Anuario Estadístico del Mercado Mexicano sus ventas en 1978 fueron de dos mil 272 millones y de 2 638 en 1979.

Cuando a principios de 1981 se realizó la entrevista con la fábrica de San Rafael, los informantes manifestaron estar al borde de la quiebra, pues sus altos costos de producción no tenían capacidad de competencia con el papel importado. En 1980, si se recuerda, un importante grupo de libreros importó su papel, afectando seriamente a ciertos productores nacionales. En San Rafael dijeron que su crisis databa de 1976, pues con la devaluación de ese año "perdieron" 1 600 millones de pesos. Su maquinaria era obsoleta; ya habían parado 3 máquinas por tal motivo. La situación ocasionó que, al final de cuentas, la sobrevivencia de la fábrica descansará sobre los hombros de sus trabajadores; la política salarial de la empresa se tornó más rígida que de costumbre. Sin embargo, a raíz de la crisis y las huelgas ocurridas durante los últimos años, la empresa se fue a pique. Noventa años después de su fundación, la empresa fue comprada por la firma norteamericana Scott-Papel, la cual ya tenía participación en el país a través de San Cristóbal.

Con anterioridad a su transferencia al grupo industrial de San Cristóbal, San Rafael formaba un grupo en el cual también se incluían las siguientes empresas:

Consortio Industrial Soraya.

Celulosa y Papel de Michoacán.

Manufacturas de Papel.

Fincas Industriales.

Servi Administraci3n SA.

La historia de la caída de San Rafael data de 1971, cuando dejó de ser la empresa con mayor volumen de producción y de ven

tas en el país. La quiebra de la empresa también es la historia de una importante transformación al interior del ramo papelerero, es decir, el proceso de auge de monopolios modernos más integrados al capital financiero y con una mayor cuota de inversión en tecnología.

VENTAS DE SAN RAFAEL.

1976	1 214 millones
1977	1 579
1978	2 217
1979	2 637
1980	3 888

PROMEDIO ANUAL INCREMENTO 34.1%

FUENTE: Revista Expansión.

9.- Loreto y Peña Pobre. Esta empresa fue fundada en 1905, también bajo el amparo del porfiriato. Al igual que San Rafael, manifestaron tener serios problemas económicos, a tal grado que en junio de 1981 amenazaron con parar su producción de papel en caso de continuar las importaciones por parte de los editores. "A pesar de invertir toda la ganancia" no estaban en condiciones de competir, pues una máquina con capacidad para 140 toneladas diarias significaba una inversión fluctuante entre 1 200 y 1 500 millones de pesos.

Loreto y Peña Pobre es una sociedad anónima de capital nacional propiedad de cuatro bancos: Banamex, Serfin, Comermex y Bancomer. El resto de las acciones se distribuye a través de casas de bolsa.

En la empresa laboraban un total de 1 396 personas. Las fábricas se encuentran al sur de la ciudad de México, en San Angel y en Cuicuilco. El capital total era de 894 millones. Su producción entre 1978 y 1980 fluctuó entre 33 y 34 mil toneladas anuales. Esta compañía posee licencia para explotar los bosques de la sierra del Ajusco y los alrededores de la capital. Tal incongruencia aun no se ha corregido.

VENTAS DE LORETO Y PEÑA POBRE.

1976	528 millones
1977	675
1978	809
1979	1 026
1980	1 365
PI	26.8% anual.

FUENTE: Revista Expansión.

10.- San Cristóbal, Negociación Papelera Mexicana (Nepamex) y San Juan. Estas tres compañías se ubican en un mismo parágrafo porque Nepamex y San Juan son filiales de San Cristóbal. La Compañía industrial de San Cristóbal se fundó en 1951, mientras que Nepamex nació en 1939 y San Juan en 1967. Son una sociedad Anóni ma de capital variable en la que participa la iniciativa privada, el Estado y una organización estadounidense; hasta 1981 el 30% de las acciones pertenecían a Scott-Papel y el resto a Nafinsa y Comermex. Las plantas de Nepamex y San Juan se encuentran en Pue bla y el DF. Trabajaban 608 empleados y el capital tenía un va-- lor aproximado de 317 millones de pesos. La producción de estas empresas ha sido pequeña, pues en 1978 alcanzaron 5 mil tonela-- das cada una, 10 mil en 1979 y 12 mil en 1980. Dado que no son - empresas recién fundadas es importante señalar que ni siquiera - llegan al 70% de su capacidad instalada.

La importancia del Grupo Industrial San Cristóbal radica en su comportamiento monopólico, pues su crecimiento ha sido a cos- ta de absorber otras empresas papeleras a través, básicamente, - del apoyo financiero transnacional: Scott-Papel. Por ello, la - estructura de propiedad del grupo se ha modificado de tal manera que el capital extranjero es mayoritario y el resto quedó en ma- nos de instituciones bancarias.

A principios de 1982, el Grupo Industrial San Cristóbal se componía de las siguientes empresas:

Compañía Industrial de San Cristóbal.

Celox.

Dipamex.

San Juan.

Maquilas e Impresos.

Negociación Papelera Mexicana.

Productos y Transportes Industriales.

Sancela.

Planificación de Negocios.

Inmiviliaria Mayran.

Inmoviliaria Franklin.

Compañía de San Rafael y su grupo.

La política de expansión y depuración del mercado seguida - por la compañía de San Cristóbal se manifiesta en los siguientes datos: para el bienio 1981-1982 habían proyectado una inversión de 5 mil millones de pesos con el objetivo de duplicar su capacidad de producción. Entre 1976 y 1980 el promedio de crecimiento anual de las ventas fue de 46%, el del capital contable de el -- grupo fue de 123% y el de los activos totales de 100%. Hasta el año de 1980 el impacto de la inversión no se había reflejado en las ventas. Ello se debe a que la inversión no ha sido únicamente en equipo productivo, sino a la adquisición de empresas con - amenaza de quebrar. (18).

VENTAS DE SAN CRISTOBAL.

1976	750 millones.
1977	1 157
1978	1 459
1979	2 477
1980	3 325
PI	46.0% anual.

11.- Productora e Importadora de Papel, PIPSA. Es una empresa estatal, fundada en 1935 por decreto del presidente Cárdenas, dedicada a distribuir en el país el papel periódico y, en algunas ocasiones, otros tipos de papel para impresión. Todo el papel pe-

riódico producido en México así como el de importación es distribuido por PIPSA.

En 1980 PIPSA importó 212 370 toneladas de papel proveniente de los siguientes países: Canadá, Estados Unidos, Finlandia, República Federal Alemana, España, Suecia y Holanda. La compra total de papel durante el mismo año fue de 319 537 toneladas, - de las cuales fueron vendidas 297 698 toneladas. Los ingresos - en ese mismo año fueron de 4 088 millones de pesos, quedando un remanente de 262 millones. A través de PIPSA el Estado ha delineado parte de su política hacia la prensa. Por ello, la empresa ha tomado la actitud de subsidiar en algunas épocas al papel. A partir de 1982, como efecto inmediato de las devaluaciones y la crisis, tal situación terminó y los aumentos al precio de la materia prima alcanzaron incrementos hasta por 85%. Además, se decidió ajustar los precios de acuerdo a las variaciones del precio internacional y el tipo de cambio vigente en el país. Con tales medidas se puso en evidencia la fragilidad industrial de la prensa nacional y su dependencia con respecto al Estado mexicano. Más adelante veremos este problema con mayor detenimiento.

PIPSA es propietaria de Productora Nacional de Papel Destinado (PRONAPADE). En 1980 terminaron las negociaciones con la empresa norteamericana Media General Incorporations, mediante las cuales la empresa de Chicago cedió todas las acciones que poseía (49% del total).

VENTAS DE PIPSA.

1977	2 127 millones.
1978	2 238
1979	3 346
1980	4 088
PI	23.9% anual.

A través de PIPSA y las productoras nacionales de papel periódico, el Estado asegura la distribución de materia prima a la prensa nacional así como el control político y económico de la misma.

12.- Productora Nacional de Papel Destintado. PRONAPADE fue fundada en 1974 con el objeto de producir papel periódico utilizando como materia prima papel de deshecho, mismo que es sometido a un proceso de rehabilitación. La planta se localiza en el estado de San Luis Potosí y la empresa contaba en 1981 con 363 trabajadores. Era una sociedad anónima de capital nacional y estadounidense; en la actualidad pertenece íntegramente a PIPSA. Es importante señalar que el precio del papel de PRONAPADE por tonelada se incrementó sólo un 3% de 1978 a 1980, aumento mínimo en relación al papel procesado a partir de la celulosa. En ese mismo año, la empresa tenía un capital total de 416 millones de pesos. En 1978 produjeron 48 mil toneladas y en 1980 55 mil tons. En 1980 utilizaron el 90% de la capacidad instalada, aprovechamiento muy por encima del promedio general.

VENTAS DE PRONAPADE.

1977	212 millones.
1978	287
1979	307
1980	352
PI	18.9% anual.

Si se recuerda, en el ciclo económico de la industria papelera, 1974 fue un año excepcional, pues el incremento del PIB de la rama alcanzó 25%. Ello en gran medida se debió al impacto de la inversión estatal en el sector, pues además de crear PRONAPADE se fundó Mexicana de Papel Periódico y se invirtió una considerable cantidad en PIPSA. Por ello, si se abstrajera la cuenta del sector estatal, el desenvolvimiento del PIB de la rama no manifestaría un incremento excepcional. El efecto de las

crisis económicas y la reordenación estructural de los monopolios papeleros en función a una mayor integración al capital - financiero y extranjero fueron los verdaderos motivos del estancamiento de la inversión privada entre 1970 y 1978.

13.- Mexicana de Papel Periódico. Esta empresa fue creada en 1974 con el objeto de producir celulosa y papel periódico. La empresa cuenta con dos plantas en el estado de Veracruz: una en la Tinaja y otra en Ciudad Alemán. El 67% de la materia prima que utilizan para la elaboración del papel es bagazo de caña, lo cual les permite reducir ampliamente costos de producción y desarrollar una tecnología independiente de la explotación forestal. Mexicana de Papel Periódico es una sociedad anónima de capital estatal; 60% de las acciones pertenecen al gobierno federal y el resto a Nacional Financiera. En 1981 la empresa daba empleo a 733 trabajadores. El valor del capital era de 2 600 millones de pesos. La producción en 1980 fue de 49 mil toneladas de papel.

14.- Fábrica de Papel Tuxtepec. Fue constituida como empresa privada en 1954. En la actualidad el gobierno federal es propietario de todas las acciones. Elaboran papel periódico y de libros de texto, aunque legalmente tienen capacidad para producir cualquier tipo de papel para escritura e impresión. La planta, desde luego, se ubica en Tuxtepec, Oaxaca, a unos cuantos kilómetros de las instalaciones de Mexicana de Papel Periódico. En Tuxtepec trabajaban alrededor de 328 personas y el capital total tenía un valor de 1 179 millones de pesos. La producción de la empresa es como sigue:

1978	64 167 toneladas.
1979	66 498
1980	59 250

La baja en la producción se debió a las huelgas registradas en ese año en demanda de reajustes salariales. Para 1981, Tuxte

pec proyectó una inversión de 2 270 millones de pesos y para el año siguiente de 739 millones (19). Como puede observarse, de las empresas controladas por el Estado, Tuxtepec es la más importante, aun cuando Mexicana de Papel Periódico ha tenido una cuantiosa inversión.

VENTAS DE TUXTEPEC.

1978	580 millones
1979	754
1980	879
PI	23.2% anual.

En cuanto a las ventas: las empresas que aparecen en el cuadro número 1 del apéndice estadístico tuvieron en 1977 ventas por un valor de 10 815 millones de pesos; en 1980 la cifra creció a 27 967 millones de pesos. Estas empresas son las más importantes dentro del área de producción papeleras para escritura e impresión. Veamos el pesos específico de algunas de ellas.

Las ventas de Kimberly Clark en 1977 representaron el 29.3% del total del grupo que aparece en el cuadro 1. En 1980, Kimberly ya había alcanzado el 30%, casi la tercera parte del total.

Las ventas de Kimberly y PIPSA en 1977 equivalieron al 50% del total de la muestra; en 1980 sumaron un 44.6%.

Entre las cuatro primeras empresas del ramo concentran más del 70% del total de ventas. Unas cuantas compañías controlan la mayor parte del mercado y de acuerdo a sus cuentas, la tendencia es de aumentar su preponderancia.

El proceso de monopolización agudizado a partir de la década pasada, ha permitido que el control del área de producción para la escritura e impresión recaiga fundamentalmente en la banca, el Estado y el capital extranjero. La nacionalización de la banca y las limitaciones (mínimas) que existen para la inversión extranjera en el país posibilitan que el Estado pueda reorientar, incluso radicalmente, a la industria papeleras. Sin em-

bargo, el juego de fuerzas económicas y políticas existente en México, la política económica impulsada por el gobierno entrante así como el gran interés de la burguesía nacional por recuperar los negocios industriales de la banca nacionalizada, hacen del proceso un fenómeno complejo e incierto.

La crisis de la economía nacional y, particularmente del ramo papelero, han puesto de manifiesto la necesidad de instrumentar una nueva política de desarrollo de este ramo industrial -- que tenga como objetivos prioritarios la sustitución de importaciones de celulosa y papel; el equilibrio con el exterior a través de una producción competitiva que facilite el autofinanciamiento de la industria y el fin de su déficit de divisas; la integración vertical del ramo, desde la producción silvícola hasta la edición de impresos; la generación directa e indirecta de fuentes de trabajo; en síntesis, un desarrollo democrático que termine con los precios de monopolio, las transferencias de valor de un ramo a otro por motivos de ineficiencia, posibilite la integración del sector al aparato externo (que exporte) y satisfaga convenientemente al mercado interno.

La responsabilidad política del proceso recae, hoy más que nunca, en el Estado. Hay dos opciones: recuperar para la nación a la industria papelera o devolverla a los monopolios privados para que sigan reproduciéndose los vicios y la estructura cerrada del ramo industrial.

En tanto industria intensiva en la utilización de capital fijo y con un índice de inversiones que va más allá de las posibilidades individuales, el ramo papelero creció asociado a el capital financiero, a la banca y en algunas ocasiones a la bolsa de valores, es decir, a un sector privado encargado de administrar el capital del conjunto de la sociedad mexicana. Ello permitió poner a disposición de la industria una masa constante de capital social a través del crédito, las acciones y la inversión directa de las instituciones bancarias. Esa misma asocia--

ción permitió el desvío y la transferencia de capitales a otros ramos donde la tasa de ganancia era mayor, aun a costa de la desvalorización del capital fijo de las mismas empresas papele- ras.

La reaparición de valores generados en la producción de pa- pel en las áreas de bienes raíces, turismo, construcción o acti- vidades cien por ciento especulativas fue constante y tuvo un - ritmo inusitado a partir de las crisis económicas de la década pasada y la creación de la banca múltiple.

Una política democrática para la industria papelera implica- ría el freno de estas actividades, revalorizar a el capital ins- talado en la industria, acabar con las presiones en contra del salario y el empleo, definir una política selectiva del crédito bancario y transferir los capitales sobrantes al campo, a la -- silvicultura y a las tareas de recuperación ecológica de los -- bosques. En otros términos, una política de recuperación para - la nación de la industria del papel equivale a frenar la especu- lación y el crecimiento económico de ganancias fáciles que fre- na el desarrollo de la sociedad mexicana.

La consolidación de los monopolios papeleros modernos del - ramo de producción para la escritura e impresión, ha seguido me- canismos diferentes a partir de la crisis de 1971: el mecanismo de crecimiento interno y fuerte participación de capital extran- jero, el mecanismo de expansión en base a la absorción de empre- sas en crisis y de crecimiento horizontal en relación al sector, y el mecanismo estatal. En la década pasada entro en decadencia el modelo propio de las empresas más antiguas del ramo fundamen- tado en la no inversión, el control unilateral del mercado, el proteccionismo y la utilización de equipo productivo caduco.

El primer caso (podría llamarse de concentración de capital) corresponde a Kimberly Clark. Mediante una composición orgánica del capital más alta que la media prevaeciente y un constante aumento de la producción vía inversión con una considerable par-

participación del capital extranjero, esta empresa se ha convertido en el líder del ramo y una de las más importantes del país. A través de la aplicación de un precio de monopolio, Kimberly - Clark lleva más de una década absorbiendo una ganancia extraordinaria de gran magnitud. Kimberly Clark es un monopolio moderno; la mayor parte de su capital proviene de la reorganización - capitalista del capital social: la bolsa de valores y el sistema bancario. Por medio de estos procedimientos de socialización e integración al mercado interno, ésta empresa representa una especie de proyecto de crecimiento económico de los sectores -- más poderosos de la burguesía nacional.

El segundo mecanismo de monopolización (podría llamarse de centralización del capital) corresponde al Grupo Industrial de San Cristóbal y en cierta medida a COPAMEX (pues ésta está formada por capital nacional). Con una creciente participación del capital norteamericano, San Cristóbal se ha expandido a través de la incorporación de empresas al borde de la quiebra: Nepamex, San Juan, San Rafael, etc. Por esa vía han logrado combinar una planta industrial moderna con una de mínima productividad. El objetivo es claro: mantener altos los precios del producto transfiriendo la ineficiencia a otros sectores de la economía, depurar los participantes del mercado nacional (que en términos de demanda editorial es cautiva) y controlar la competencia. Los procedimientos empleados por San Cristóbal hablan "muy bien" de las políticas empresariales para reestructurar la economía y salir de la crisis: primero defienden su ganancia y su mercado y no invierten para aumentar la productividad y competir en nuevos mercados.

La expansión de San Cristóbal -y también de COPAMEX- abarca giros diferentes al papel, sobre todo en inmobiliarias. La movilidad del capital en un sentido horizontal suele ser un mecanismo de desplazamiento del valor a sectores más rentables. En épocas de crisis se acelera la velocidad de transferencia y de especulación.

El desenvolvimiento de San Cristóbal, de ganar mercado absorbiendo a la competencia sin la mediación de un desarrollo industrial real, se explica también por las facilidades que la política económica y el proteccionismo han asegurado a la industria nacional. Como no existe presión del exterior (ni del interior), tampoco hay motivos para impulsar las fuerzas productivas y reducir los costos sociales de producción. La política económica que ha imperado en el país ha fomentado el crecimiento distorsionado de la industria, crecimiento fincado en una permanente presión contra los salarios y la demanda interna, sobre todo cuando los mercados son cautivos. Redefinir las bases del crecimiento industrial es una cuestión urgente. Al Estado corresponde definir una posición y determinar si actúa o no con un proyecto democrático, capaz de transformar la correlación de fuerzas existente en el país. Reformas radicales que arranquen a la burguesía nacional los instrumentos del desarrollo económico mediante una nueva ley fiscal y un freno a la excesiva concentración y centralización del capital son medidas que fortalecerían a la nación y redistribuirían el ingreso.

El tercer mecanismo de monopolización en el área de producción de papel para escritura e impresión ha sido impulsado por el Estado mexicano. En efecto, la participación estatal se ha orientado básicamente a la producción y distribución de papel periódico. PIPSA, PRONAPADE, mexicana de Papel Periódico y la Compañía de Tuxtepec son las empresas estatales encargadas de atender a los periódicos y muchas de las revistas que circulan en el país. ¿Porqué no producir otros tipos de papel? No hacerlo parece un acuerdo no escrito.

La intervención estatal en el ramo papelerero data de 1935, año de la fundación de PIPSA. En los hechos, el Estado es la única entidad capacitada para producir papel periódico. Ello ha tenido repercusiones en dos sentidos.

En primer lugar, las empresas estatales tienen dos características que les permiten alcanzar grados óptimos de competi-

vidad y así asegurar una exclusividad en el mercado por vías puramente económicas:

- La no dependencia de la celulosa para la producción de la materia prima. Como es sabido los precios de la celulosa son sumamente elevados y es preciso, además, importar cuantiosos volúmenes. Aproximadamente, las empresas estatales poseen una capacidad instalada de 231 mil toneladas anuales, de las cuales 140 mil no requieren celulosa para producir. Así, los costos de producción, producto de la utilización de tecnologías más adecuadas, tienden a ser menores (20).

- El uso de nuevas tecnologías disminuye la participación de trabajadores por cada tonelada de capacidad instalada, provocando una nueva reducción en costos y márgenes de utilidad más amplios. Las tres compañías estatales (no se incluye PIPSA) ocupan sólo al 12.2% del total de trabajadores que laboran en compañías que producen papel para escritura e impresión, mientras que Kimberly, Loreto y Peña Pobre y San Rafael ocupan al 66.5% del total empleado. Además, el aumento de los precios del papel producido en las factorías estatales ha sido menor que el incremento medio del producto en los últimos años.

En segundo lugar, la exclusividad en la producción, importación y distribución del papel periódico ha sido manejada como un sutil instrumento para establecer la relación política entre la prensa y el Estado. En tanto distribuidor, el Estado ha echado mano de una relación comercial o económica para hacer política e informar de acuerdo a su perspectiva e intereses.

Con el papel y el pago de publicidad, el Estado mexicano ha intervenido "económicamente" para definir los estilos y cauces por los que debe transitar la prensa. La intervención del presidente López Portillo el 7 de junio de 1982, día de la "libertad de prensa", para explicar el corte de publicidad a Proceso y -- Crítica Política es muy indicativa al respecto. Cuando señaló que él no pagaba para que le pegaran definió un límite a la crí

tica e hizo pública la decisión de intervenir "económicamente" en la defensa de las posiciones oficiales.

La participación estatal, pues, ha sido contradictoria. Por un lado asegura la demanda interna de papel periódico, incrementa la producción y mejora los índices de productividad y, por el otro, facilita la proliferación de monopolios en otras áreas de producción, establece un severo control político e incluso llega a la represión "económica".

Desde hace tiempo que en México las organizaciones democráticas y de izquierda han pugnado por ampliar los canales de expresión a toda la sociedad y por la definición de una política plural y respetuosa de Comunicación Social que garantice el acceso a la producción y distribución a todos los grupos y capas de la población, principalmente a quienes hoy se encuentran marginados del sistema nacional de comunicación.

El planteamiento de reformar democráticamente al sistema nacional de comunicación social rebasa a una simple política de medios. Va más allá, pues supone una reorientación de las industrias productoras de materia prima para la comunicación, el papel entre ellas. Esto es fundamental pues no bastaría con una legislación que garantizara el derecho irrestricto a utilizar los medios para difundir a nivel nacional posiciones y planteamientos, y que a la hora de querer producir los costos fueran inaccesibles. Esa es la otra gran realidad. Producir información en cualquier medio sólo es posible, a como están las cosas, para el Estado y la burguesía Nacional. El resto de la sociedad civil está marginada.

Reorganizar la industria del papel, la electrónica para la producción de mensajes y sustituir importaciones para instalar en el país la producción de maquinaria, equipo fotográfico y otras necesidades para la comunicación es una prioridad para poder plantearse alternativas al problema de la democracia informativa.

La crisis afecta de manera integral a la sociedad mexicana. Buscar alternativas parciales o establecer campos de lucha muy localizados son posiciones las más de las veces estériles.

Cuando el Estado se responsabilice por reorientar a la industria papelera de acuerdo a los intereses de la nación y sea la sociedad quien administre la distribución de la materia prima (a través de un Consejo u otro medio), tanto la crítica como la cultura, la educación y el arraigo a una comunicación democrática habrán dado un paso adelante, cualitativamente significativo.

A partir de 1970, la crisis del capitalismo mexicano y la transformación estructural de los monopolios ligados al capital extranjero y financiero, provocaron una reordenación de la industria mexicana del papel. Si bien la reordenación mencionada no bastó para satisfacer la demanda interna, acabar con la dependencia financiera y tecnológica, disminuir los precios relativos del papel y liberar a los salarios de una permanente presión en su contra, sí sirvió para arreciar los mecanismos de acumulación, incrementar el poder de la banca privada, desviar capitales a la especulación y ser uno de los elementos fundamentales de la terrible crisis que padece la industria editorial desde entonces.

La pérdida de poder de las antiguas empresas papeleras, como San Rafael y Loreto y Peña Pobre, así lo atestiguan. La nacionalización bancaria y la gravedad de la crisis pueden impulsar una nueva dirección, pero también pueden ser motivo para acentuar el proceso. Qué el Estado defina su posición.

Los efectos que la crisis papelera y la monopolización han ejercido sobre la industria editorial serán analizados en el siguiente capítulo.

APENDICE ESTADISTICO.

CUADRO 1.

VALOR DE LAS VENTAS Y PORCENTAJES DE INCREMENTO DE ALGUNAS

EMPRESAS DEL RAMO PAPELERO. 1976-1980.

(En millones de pesos corrientes).

EMPRESA.	1976	1977	%	1978	%	1979	%	1980	%	
Kimberly Clark.	2 012	3 178	<u>57.9</u>	4 175	31.3	5 756	37.8	8 410	<u>46.1</u>	
San Cristóbal.	750	1 157	54.2	1 459	26.1	2 477	<u>69.7</u>	3 325	34.2	
San Juan.	98	145	47.9	179	23.4	Se Integra a San Cristóbal. --				
Nepamex.	176	230	30.6	298	29.5	Se Integra a San Cristóbal. --				
San Rafael.	1 214	1 579	30.0	2 217	40.4	2 637	18.9	3 888	47.9	
Celulosa y Papel de Michoacán.	Su Cuenta se Integra a la Correspondiente a la Compañía de San Rafael. --									
Loreto Y Peña Pobre.	528	675	27.8	809	19.8	1 026	26.8	1 365	33.0	
PIPSA.	--	2 127	--	2 238	0.1	3 346	<u>49.5</u>	4 088	22.1	
PRONAPADE.	--	212	--	287	35.3	307	6.9	352	14.6	
Fábricas de Papel Tuxtepec.	--	--	--	580	--	754	30.0	879	16.5	
Compañía Papelera Maldonado.	358	459	28.2	551	20.0	745	35.2	969	30.0	
Cía. Ind. Atenquique.	538	665	23.6	1 061	<u>59.5</u>	1 459	37.5	1 882	28.9	
COPAMEX.	--	--	--	829	--	1 675	<u>102.0</u>	2 809	<u>67.7</u>	
Papelera de Chihuahua	135	170	25.9	260	<u>52.9</u>	Se Cuenta en COPAMEX. ---				
Ind. Papelera Mexicana	156	218	39.7	288	32.1	408	41.6	En COPAMEX.		

FUENTE: Revista Expansión.

CUADRO 2

ACTIVOS TOTALES Y PORCENTAJES DE INCREMENTO DE ALGUNAS

EMPRESAS DEL RAMO PAPELERO. 1976-1980.

(En millones de pesos corrientes).

EMPRESA.	1976	1977	%	1978	%	1979	%	1980	%
Kimberly Clark.	1 998	2 611	30.6	3 820	46.3	5 865	48.8	7 426	30.6
San Cristóbal.	845	895	4.8	1 073	19.8	1 831	70.6	5 614	206.6
San Juan.	98	105	7.1	116	10.4	Se Cuenta en San Cristóbal.			--
Nepamex	123	148	20.3	161	8.7	Se Cuenta en San Cristóbal.			--
San Fafaél.	2 566	2 832	10.3	2 865	1.1	2 796	-2.4	3 200	14.4
Celulosa y Papel de Michoacán.	Su Cuenta se Integra a la Correspondiente a la Compañía de San Rafaél.								
Loreto y Peña Pobre.	607	779	28.3	875	12.3	986	12.6	1 302	32.0
PIPSA	--	2 504	--	1 941	-22.4	1 933	-0.4	2 859	47.9
PRONAPADE.	--	535	--	534	-0.2	579	8.4	555	-4.1
Fábricas de Papel Tuxtepec.	--	--	--	568	--	649	14.2	860	32.5
Compañía Papelera Maldonado.	330	446	35.1	495	11.0	474	-4.2	1 507	218.0
Cia Ind. Atenquique COPAMEX.	734	807	10.0	850	5.3	997	17.2	1 102	10.5
Papelera de Chihuahua	--	--	--	946	--	1 576	66.5	2 633	67.0
Ind. Papelera Mexicana	122	181	48.3	213	17.6	Se Cuenta en COPAMEX.			--
	189	322	70.3	352	9.3	415	17.8	En COPAMEX.	

FUENTE: Revista Expansión.

CUADRO 3.

CAPITAL CONTABLE Y PORCENTAJES DE INCREMENTO DE ALGUNAS
EMPRESAS DEL RAMO PAPELERO. 1977-1980.

(En millones de pesos corrientes).

EMPRESA.	1977	1978	%	1979	%	1980	%
Kimberly Clark.	1 457	1 987	36.3	3 356	68.9	4 455	32.7
San Cristóbal.	496	690	39.1	990	43.4	3 827	<u>286.5</u>
San Juan.	37	47	27.0	Se Cuenta en San Cristóbal.			--
Nepamex.	44	54	22.7	Se Cuenta en San Cristóbal.			--
San Rafael.	--	101	--	428	<u>323.7</u>	905	<u>112.2</u>
Celulosa y Papel de Michoacán	Su Cuenta se Integra a la Compañía de San Rafael.						
Loreto y Peña Pobre.	415	475	14.4	567	19.3	724	27.6
PIPSA.	230	251	9.1	648	<u>158.1</u>	925	42.7
PRONAPADE.	152	154	1.3	156	1.2	159	1.8
Fábricas de Papel Tuxtepec.	--	348	--	390	12.0	751	92.5
Compañía Papelera Maldonado.	322	343	6.5	470	37.0	658	40.0
Compañía Industrial de Atenuique.	392	416	6.1	520	25.0	--	--
COPAMEX.	--	452	--	667	47.5	1 067	60.0
Papelera de Chihuahua.	99	126	27.2	Se Cuenta en COPAMEX.			--
Industria Papelera Mexicana.	202	217	7.4	241	11.0		En COPAMEX.

FUENETE: Revista Expansión.

CUADRO 4.
 PROMEDIO DE INCREMENTO ANUAL EN LAS VENTAS
 DE ALGUNAS EMPRESAS PAPELERAS.
 (1976-1980).

EMPRESA.	VENTAS	CAPITAL CONTABLE	ACTIVOS TOTALES
Kimberly Clark	43.2	45.9	39.0
San Cristóbal	46.0	123.0	100.6
San Rafaél	34.1	217.9	5.8
Loreto y Peña Pobre	26.8	20.4	21.3
PIPSA	23.9	73.0	8.3
PRONAPADE	18.9	1.4	1.3
Fábricas de Papel Tuxtepec	23.2	52.2	24.8
Compañía Papelera Maldonado	28.3	27.8	64.9
Cía. Industrial de Atenquique	37.3	15.5	10.7
COPAMEX	84.8	47.5	66.7
Papelera de Chihuahua	39.4	27.2	32.9
Industria Papelera Mexicana	37.8	9.2	32.4
Cartón y Papel de México	35.9	73.7	52.1
Cartonajes Industriales	33.1	134.0	64.2
Sonoco de México	30.2	22.1	21.0
Industria Papelera Nacional	34.2	60.5	48.0

FUENTE: Revista Expansión.

NOTAS.

- 1.- Fuente: Cámara Nacional de la Industria de la Celulosa y el Papel.
- 2.- Para el año de 1981, una tonelada de papel tipo bond costaba, en promedio, \$32 000.°. En 1982, en febrero, el precio se incrementó en 85%.
- 3.- El promedio de crecimiento anual de la silvicultura durante la década de los 70's fue muy inferior al PNB: 3.2% anual.
- 4.- Secretaría de Programación y Presupuesto, Sistema de Cuentas Nacionales, 1980.
- 5.- Sólo Kimberly Clark y Fábrica de Papel San José dijeron no haber importado celulosa en 1980 y 1981.
- 6.- Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, documento sobre la industria papelera, 1981.
- 7.- Idem. En ese año el país contaba con 44 367 mil hectáreas de zonas arboladas y una reserva de 3 171 166 mil metros cúbicos en rollo.
- 8.- "La torre de papel", en Expansión, 29-XI-1972.
- 9.- La referencia es exclusiva para el papel utilizado en la escritura e impresión.
- 10.- Cámara Nacional de la Industria de la Celulosa y el Papel. En -- 1970 se importaron 240 mil toneladas métricas.
- 11.- Datos relativos a 1980.
- 12.- Con una capacidad instalada para 100 toneladas diarias se alcanza, como máximo, una producción anual de 36 mil toneladas, cifra que hoy - en día es muy reducida.
- 13.- Datos obtenidos de los censos industriales.
- 14.- Semo, Enrique. "Reflexiones sobre el capitalismo monopolista en México, en Historia y Sociedad, n° 17, México, 1978.
- 15.- Se sabe del inicio de operaciones de una fábrica más en Morelia, Michoacán, a partir de septiembre de 1981. Se trata de Celulosa Y Papel de Michoacán.
- 16.- El Sol de México, 22-III-1981.
- 17.- Anuario Estadístico del Mercado Mexicano, 1981.
- 18.- Idem.
- 19.- Idem.
- 20.- PRONAPADE y Mexicana de Papel Periódico utilizan como materia prima papel periódico ya impreso o usado (que por cierto importaban de Estados Unidos) y bagazo de caña.

CAPITULO IV.- Medios de Comunicación Impresa; Libros, Prensa y Subliteratura.

A.- La Industria Editorial en su Conjunto.

Las principales fuentes de consulta general sobre información económica de México, el Banco de México y la Secretaría de Programación y Presupuesto, conjuntan en un sólo rubro tanto a la Prensa, Subliteratura y Libros, como a las artes gráficas en general, las cuales incluyen a los impresores, grabadores, pequeños talleres, etc.. Aunque tal clasificación permite elaborar análisis generales, existe una seria limitación surgida de la problemática interna de la industria editorial: si bien hay unidad en cuanto al uso de materia prima, maquinaria y hay empresas dedicadas a varios géneros de impresión y edición, el análisis económico de cada género por separado, revela serios desfases y diferencias de crecimiento y desarrollo. Mientras la prensa sufre un severo estancamiento económico, el libro entra en una etapa de auge, etc..

Sin embargo, al pretender desglosar por géneros la información existente, surgen graves limitaciones. En el caso de las memorias e informes de la Cámara Nacional de la Industria Editorial (CNIE) todos los indicadores económicos que presentan son estimativos y nunca producto de métodos de cuantificación directos. Así, al convertir las cifras a pesos de 1960, las series estadísticas ofrecidas por la CNIE se convierten en grupos de números sin ninguna lógica ni coherencia. En la Cámara (1), pues, no saben cuántas editoriales trabajan en el país, cuántos obreros y empleados laboran, cuánto invierten ni cuánto producen. Su única fuente de referencia son los censos industriales, los cuales, además de realizarse cada lustro, contienen serias deficiencias en la recavación y procesamiento de la información. Utilizarlos como fuente única o

principal es un error. Lo único que hacen en la CNIE es interpolar y proyectar a partir de los censos industriales sin hacer el menor esfuerzo por calcular el aumento de precios, los efectos de las devaluaciones o las variaciones por concepto de importaciones.

Por ello, muchas partes del análisis tendrán que contentarse con información deficiente y algunas conclusiones han surgido de información no estadística. El desglose entre prensa y subliteratura no fue suficiente, por lo que se presentan diferenciaciones casi hipotéticas.

De acuerdo a la información proporcionada por los censos industriales efectuados entre 1960 y 1970, el crecimiento de la industria editorial fue notable. Puede decirse que proliferó la pequeña empresa y que, en algunos años, el crecimiento se fincó sobre una severa depresión salarial. Ello fue más notorio en el sector de prensa y revistas.

La década puede dividirse claramente en dos periodos: uno de 1960 al 65 cuando el crecimiento alcanza un ritmo muy acelerado. En ese lapso el número de establecimientos se duplica, el personal ocupado y los salarios observan una tendencia de alza ininterrumpida y la inversión y la producción bruta se duplican, aproximadamente.

Entre 1965 y 1970 la actividad se contrae y el ritmo de crecimiento se deprime considerablemente. Aunque la masa salarial tiene un ligero crecimiento, el salario per cápita disminuye 11.1%. Aumenta el empleo pero el capital variable se mantiene estable. La permanencia de la planta industrial recayo en las espaldas de los trabajadores de la industria.

Sin duda, el crecimiento editorial durante la década de los 60's fue considerable, sobre todo en lo respectivo al libro mexicano. En ese tiempo el número de casas editoriales y

de comercialización y distribución se triplicaron. Sin embargo, al analizar el cuadro, pueden observarse algunos detalles.

CUADRO I.
INDUSTRIA EDITORIAL. ESTABLECIMIENTOS SALARIOS Y PERSONAL.
1960-1970.

LIBROS.					
	Estab.	Pers. Ocup.	Salarios*	Salario** per cápita	Per/Est
1960	77	1 569	19 402	12 365	20.3
1965	192	4 500	73 455	16 323	23.4
1970	250	5 966	85 826	14 385	23.8
PERIODICOS Y REVISTAS.					
1960	261	10 691	162 861	15 233	40.9
1965	444	12 486	186 809	14 961	28.1
1970	536	13 384	177 892	13 291	24.9
INDUSTRIA EDITORIAL.					
1960	338	12 260	182 263	14 866	36.2
1965	636	16 986	260 264	15 322	26.7
1970	786	19 350	263 718	13 628	24.6

FUENTE: Censos industriales de 1960, 65 y 70.

* En miles de pesos de 1960.

** En pesos de 1960.

Per/Est= Personal por establecimiento.

A primera vista resulta que el crecimiento de la industria librera sigue, también, dos etapas. La primera de 1960 a 1965 en donde el crecimiento editorial es paralelo al aumento real de los salarios. En cambio, a partir de 1965 la remuneración per cápita desciende, convirtiéndose en uno de los sopor^{tes} de la existencia de las editoriales. Ello se refuerza al observar el estancamiento en el ritmo de incremento del empleo por establecimiento editorial a partir del mismo año, lo cual

implica, como se observa en el cuadro II, que las nuevas editoriales añaden un mínimo de inversión, con la consiguiente disminución del promedio de producción por establecimiento. El freno en el crecimiento librero puede deberse tanto a la estrechez del mercado como a las repercusiones del movimiento estudiantil de 1968. También debe considerarse la competencia que significaba el libro importado, pues éste no tiene trabas para ingresar al país y en ese entonces se comercializaba a precios relativamente bajos.

CUADRO II
INDUSTRIA EDITORIAL. INVERSIONES Y PRODUCCION.
1960-1970.
(en miles de pesos de 1960)

LIBROS.

	CI*	PB*	MP*	CE*	PE*
1960	76 907	94 449	26 421	998.7	1226.6
1965	583 379	424 792	72 763	3038.4	2212.4
1970	707 687	502 208	82 397	2830.7	2008.8

PERIODICOS Y REVISTAS.

1960	469 093	643 370	254 192	1792.2	2465.0
1965	544 850	909 291	318 475	1227.1	2047.3
1970	521 005	918 774	311 580	972.0	1714.1

INDUSTRIA EDITORIAL.

1960	546 000	737 819	280 613	1615.3	2182.8
1965	1128 229	1334 083	391 238	1773.9	2097.6
1970	1228 692	1420 982	393 977	1563.2	1807.8

FUENTE: Censos industriales de 1960, 65 y 70.

* CI= capital invertido neto.

PB= producción bruta total.

MP= materias primas consumidas.

CE= capital invertido por empresa.

PE= producción bruta por empresa.

Durante el sexenio de Díaz Ordaz la industria del libro sufre un periodo de relativo estancamiento. No puede hablarse de crisis real en virtud del incremento neto de la inversión (21%) y bruto de la producción (18%). Al observar las columnas de capital invertido por empresa y de producción bruta - por empresa llama la atención la disminución real que se registra puesto que el número de editoriales se incrementó con siderablemente. Ello implica que el crecimiento se llevó a ca bo de dos maneras: por un lado, se fundaron bastantes edito-- riales con un mínimo de capital y una escala de producción re ducida y, en segundo lugar, hubo una minoría que realizó sus-- tanciales inversiones y se lanzó en pos del mercado. Esas edi-- toriales son las más importantes en términos económicos. En otras palabras, entre 1965 y 1970 la consolidación de la in-- dustria librera se efectúa en el marco de una primera concen-- tración del capital.

Para 1974 la estructura editorial por el monto de su ca-- pital era el siguiente:

CUADRO III

CLASIFICACION DE LAS EMPRESAS EDITORAS DE MEXICO DE ACUERDO A SU CAPITAL SOCIAL (pesos)

Total.	641	100.0%
Empresas con un capital hasta de 100 000.	313	48.8
Empresas con un capital entre 100 000 y 200 000	47	7.5
Empresas con un capital entre 200 000 y 500 000	112	17.4
Empresas con un capital entre 500 000 y 1 000 000	62	9.6
Empresas con un capital mayor de 1 000 000	107	16.6

FUENTE: Cámara Nacional de la Industria Editorial, 1974.

Las empresas editoriales que tuvieron mayor capacidad de comercialización fueron aquellas que con mayor facilidad se consolidaron y ganaron el mercado del libro mexicano. Ello les permitió incrementar sus tirajes por publicación y acelerar la velocidad de rotación de sus inversiones en capital.

En cuanto a la prensa y las demás publicaciones periódicas, el decenio 1960-1970 puede caracterizarse como de atomización y depreciación crítica del capital, pues a una duplicación en el número de establecimientos siguió una desvalorización del capital neto invertido así como de la producción bruta. En promedio, entre 1960 y 1970, cada establecimiento pierde 800 mil pesos de inversión en capital y 700 mil pesos en cuanto a producción bruta. Otro indicador de la seriedad del estancamiento del sector es la caída del salario real per cápita y la drástica disminución del número de empleados por empresa (41 en 1960 a 25 en 1970) ¿Cómo puede explicarse tal situación si, al mismo tiempo, hay un considerable aumento en el número de empresas editoriales del sector prensa y revistas?

En México, con la excepción de algunos diarios capitalinos de circulación nacional, algunos diarios "grandes" del interior de la República y unas cuantas editoriales de revistas, las empresas periodísticas son pequeñísimas. Casi toda la prensa provinciana compra la información no generada en sus localidades así como la publicidad a través de agencias informativas y de representantes o a algún periódico del D.F. (2). Otro gran número de diarios no posee talleres de impresión propios. Es común, en la provincia, que un diario tenga 2 reporteros y ellos mismos funjan como mesa de redacción y formato.

El caso de las revistas es similar, sobre todo tratándose de historietas (cómico o fotonovela), pues aparte de las em

presas promonopólicas (Novedades Editores, Novaro, Vid, etc.) existe un numeroso grupo de pequeños editores quienes publican material de pésima calidad.

Para la prensa escrita, su estructuración industrial, permanentemente al borde de la crisis o como actividad artesanal, ésta situación ha significado, desde hace mucho tiempo, la necesidad de mantener estrechos vínculos de dependencia ante el Estado como ante la gran burguesía nacional, pues sus ingresos provienen, cada vez en mayor medida, de la publicidad y la venta de su espacio a terceros. Su endeudamiento con PIPSA y algunas instituciones financieras ya es permanente y data de hace mucho tiempo.

En cambio, a nivel de publicaciones subliterarias, ésta situación debe interpretarse, incluso, como el gran negocio. Con una mínima inversión y el empleo de unas cuantas personas aseguran grandes tirajes y ganancias. La explotación del llamado analfabetismo funcional ha sido integral; los monitos se venden con facilidad y no tienen competencia de los demás géneros impresos. Más aún, de los 3 géneros componentes de los medios impresos, el de la subliteratura es el más vinculado a otros grupos industriales, de la comunicación y, antaño, de las finanzas.

Los Medios Impresos a partir de 1970.

Hasta el momento han sido analizados los elementos que - han intervenido en la estructuración de los medios impresos en México. Al término de la década de los 60's ya existía una verdadera industria del libro a pesar de las severas limitaciones que para ello se habían planteado (altos costos de producción, mercado estrecho y fuerte competencia internacional). En cambio, en el ámbito periodístico se acentuó la atomización

de los diarios mientras que se fortalecían algunos de los periódicos de circulación nacional y la cadena García Valseca, hoy Organización Editorial Mexicana. Por último, la subliteratura, el único género con un mercado asegurado, la década de los 70's inició con la consolidación de un grupo de empresas centrales, de carácter monopólico y con su futuro asegurado.

La historia reciente de la industria editorial no ha sido muy halagüena. De acuerdo a las cifras del Banco de México, mientras el Producto Nacional Bruto creció a un ritmo de 5.3% anual de 1970 a 1979 y de 5.0% de 1970 a 1978, la rama de imprenta y editorial lo hizo a 5.1% y 4.5% respectivamente. En cambio, la rama del papel creció en ese mismo tiempo a razón de 5.9% anual de 70 a 79 y de 6.2% considerando el periodo de 1970-1978.

La Secretaría de Programación y Presupuesto, a través de el Sistema de Cuentas Nacionales, señala cifras más pequeñas cuando se refiere a las tasas de crecimiento: 3.7% anual en la rama de papel y cartón para el periodo comprendido entre 1970 y 1978 y 3.9% en la rama de imprenta y editorial. (3). La misma fuente, al desglosar la subrama de libros, periódicos y revistas ofrece un ritmo de crecimiento anual de 6.3% en el lapso de 70-78, el cual empalidece frente al 2.3% que resulta cuando se hacen las cuentas para 1970-1977, pues se trata de un crecimiento sensiblemente menor. Por tanto, 1978 y su 34% de crecimiento deben considerarse como un año excepcional y no como la tendencia dominante.

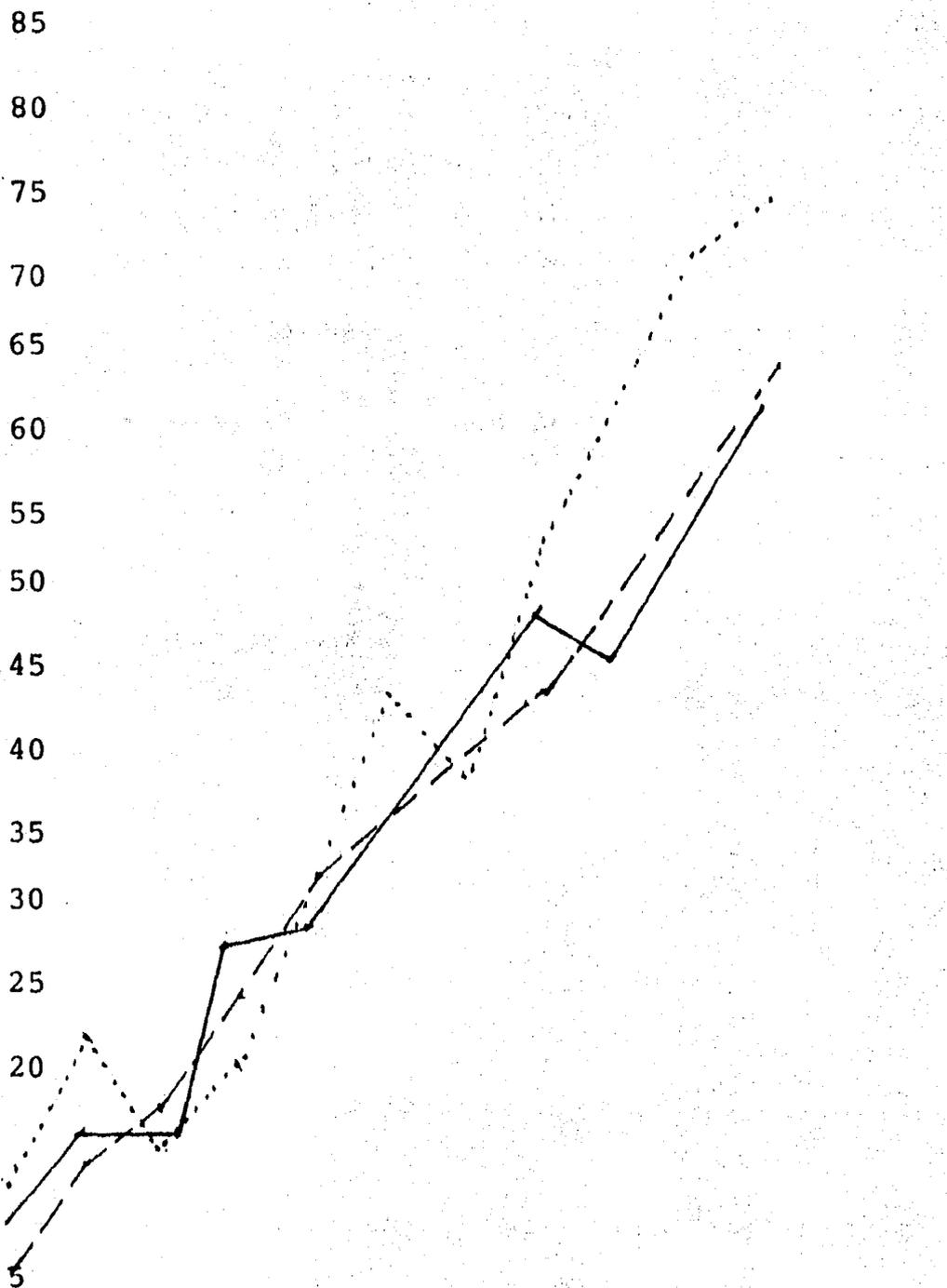
Al observar la gráfica #1 se observa que la rama editorial se encuentra condicionada tanto por el sector papelerero como por el PNB nacional. Ello quiere decir que existe una notoria transferencia de la crisis de las ramas menos elaboradas a aquellas productoras para el consumo final. Además, el impacto de las crisis de 1971 y 1976 tuvo drásticas consecuen-

GRAFICA 1.

EVOLUCION ECONOMICA DE LA RAMA DE IMPRENTA Y EDITORIAL.
1969-1979.

PNB: -----
Papel y Productos de Papel:
Imprenta y Editorial: _____

FUENTE: Banco de México.



cias sobre la rama editorial, pues al contraerse la demanda interna en el país, se redujo el mercado para los medios impresos. Lo anterior se constata en la medida que las exportaciones editoriales se incrementan hasta después de la devaluación de 1976, años correspondientes al repunte económico de la industria editorial.

Las cuentas del consumo intermedio, es decir del gasto en materias primas y auxiliares, se incrementaron a un ritmo de 4.3% anual en promedio de 1970 a 1978 y 7.1% de 70 a 77. De 1970 a 1977 el PIB de la rama creció 15.3% mientras el consumo intermedio lo hizo en 50.2% (ver cuadro IV y gráfica 2). Los datos anteriores indican el impacto de la carestía de la materia prima en la industria editorial, la cual, como se observa en las gráficas 1 y 2, ha sufrido fuertes caídas en las épocas de crisis. Ni el libro ni el periódico son mercancías de consumo necesario en México

CUADRO IV
CUENTAS DE PRODUCCION DE LIBROS, PERIODICOS Y REVISTAS.
1970-1978.
(a millones de pesos de 1960)

	PB*	%	PIB*	%	CI*	%
1970	1876.8		876.8		1000.0	
1971	1996.8	6.4	978.0	11.5	1018.8	1.8
1972	2073.9	3.8	1016.0	3.8	1057.9	3.8
1973	1993.9	-3.8	1000.1	-1.5	993.8	-6.0
1974	2094.6	5.0	994.8	-0.5	1099.8	10.6
1975	2558.6	22.1	1135.9	14.1	1422.7	29.3
1976	2638.6	3.1	1079.9	-4.9	1558.3	9.5
1977	2588.8	-1.8	1011.3	-6.3	1577.5	1.2
1978	2701.3	4.3	1363.0	34.7	1338.3	-15.1

FUENTE: SPP, Sistema de Cuentas Nacionales.

* PB= Producción Bruta.

PIB= Producto Interno Bruto.

CI= Consumo Intermedio.

GRAFICA 2.

CUENTAS DE PRODUCCION DE LIBROS, PERIODICOS Y REVISTAS.

1970-1978.

Producción Bruta Total:
Producto Interno Bruto: _____
Consumo Intermedio: -----

FUENTE: Sistema de Cuentas Nacionales, SPP.

60

50

40

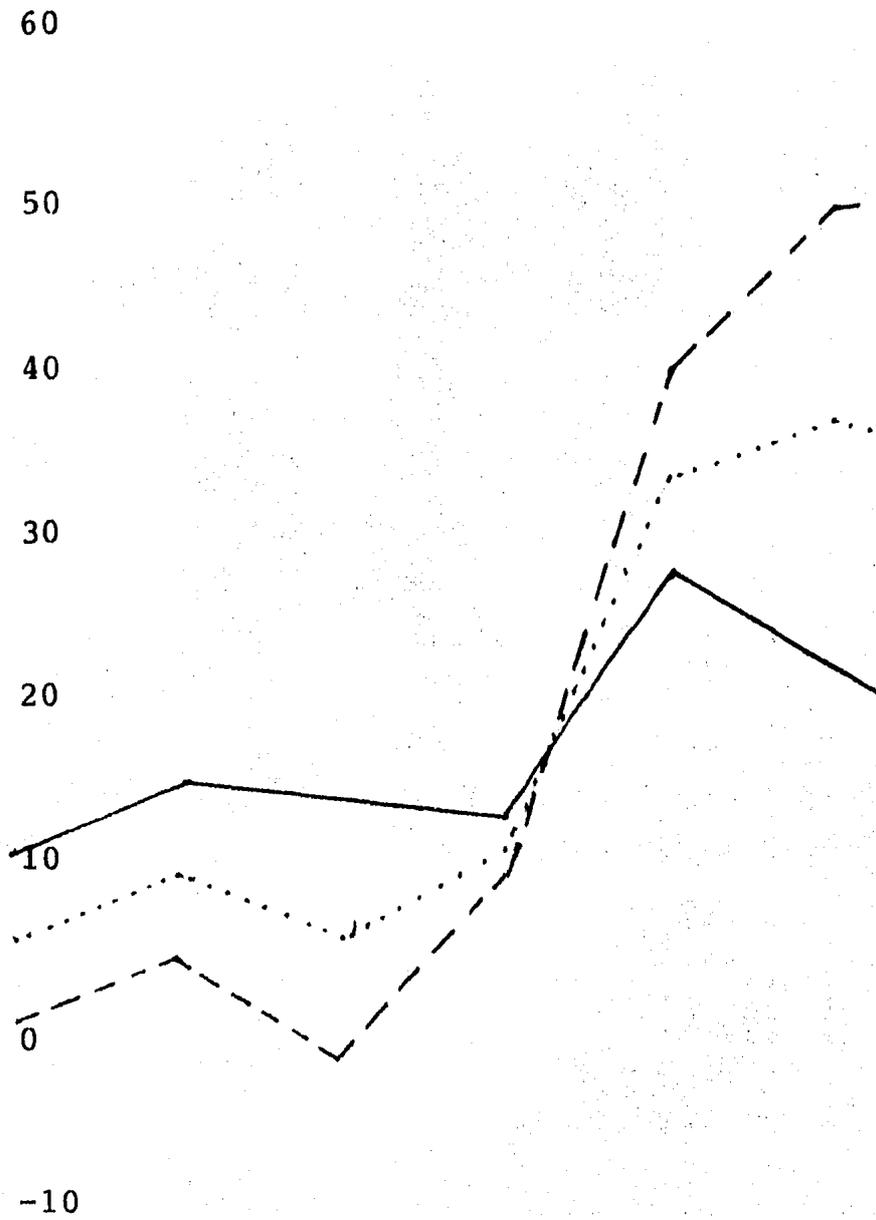
30

20

10

0

-10



Como puede observarse en la gráfica, a partir de 1974 el comportamiento del PIB y el consumo intermedio son opuestos. Ahora bien, la tendencia correspondiente a la producción total no tiene caídas tan bruscas; refleja un crecimiento menos irregular. Ello implica la existencia de una considerable y continua transferencia de valor de la rama editorial a las ramas productoras de sus materias primas, particularmente de el sector papelerero. El aumento en los costos no puede achacarse, de ninguna manera, a los aumentos salariales, pues además de contabilizarse éstos dentro del PIB, el ritmo de incremento salarial a pesos de 1960 fue de 3.1% en la rama de editorial e imprenta y tan sólo del 0.9% para cada asalariado en el mismo periodo. El incremento salarial apenas fue mayor a las tasas de inflación vigentes en la década pasada.

Año con año, los editores han tenido que enfrentar alzas en el precio del papel con la desventaja de constituir un mercado prácticamente cautivo para los productores nacionales. Además, PIPSA no interviene sistemáticamente en la distribución de papel para los libreros. Ellos tienen que tratar directamente con los fabricantes de papel para la escritura e impresión. Todos los años ha habido aumentos en los precios del papel y ... amenazas para importar; pero esto último depende del otorgamiento de permisos de importación. (4).

De 1968 a 1969 el aumento porcentual en el papel fue de 5.01%; de 1969 a 1970 de 9.4%; al siguiente año alcanzó 5.4% y de 1972 a 1973 el incremento llegó a 10.0%. Para 1976, el precio del papel periódico distribuido por PIPSA era de 9 a 12 mil pesos la tonelada, de acuerdo a la calidad y el gramaje. (5). Para febrero de 1981, en promedio, la tonelada de papel periódico se cotizó en 16 mil pesos y la de papel bond para impresión de libros era vendida por los fabricantes nacionales a un promedio de 30 mil pesos. Con el aumento de abril de 1982 de un 85% en el precio por tonelada, el papel pe

riódico llega casi a 30 mil pesos y otros papeles para impresión alcanzaron un precio mayor a los 55 mil pesos.

Aumentos de tan considerable magnitud sitúan a los editores en la cuerda floja: por un lado se encuentran con un mercado deprimido y con una tendencia a reducir el consumo y, por el otro, con precios de producción desmesurados. El Estado, a través de PIPSA, acaba con la política de subsidiar el papel, dejando que éste se cotice de acuerdo al mercado internacional y la paridad del peso en relación al dólar. Los fabricantes nacionales liberan sus problemas económicos en sus consumidores sin más limitación que la conservación de sus ganancias y hasta la fecha, no existe una política de modernización de la industria papelera ni algún programa de apoyo a la industria editorial. Si antes no se leía por analfabetismo, ahora no se lee porque los libros, los periódicos y las revistas son artículos de lujo, muy por encima de las posibilidades económicas de la mayoría de la población.

En 1971 los editores llegaron a un acuerdo con los principales fabricantes nacionales de papel para la escritura e impresión. El acuerdo consistía en "que el diferencial existente entre el precio del papel producido en México y el precio que el papel extranjero tiene en el mercado internacional, no rebasará el índice porcentual concretado en el 100%..." (6) En 1972, sólo un año después, tales convenios fueron rotos -- cuando San Rafael tuvo un diferencial de precios de 120%. Según la CNIE, el costo de producción en 1973 de la revista -- "DOS, EL Y ELLA" fue, en USA de \$3.29 MN y en México de \$5.69 MN. Señalaban también que en el caso de libros con altos tirajes o de precios populares, el papel representaba entre 45% y 55% del costo total de producción.

El papel no ha sido el único problema relativo al suministro de materia prima. Para 1974, un kilo de tinta nacional costaba \$27.ºº, mientras el norteamericano de tinta base tenía un precio de sólo \$20.ºº y mayor rendimiento. Según los

editores, con 200 gramos de tinta importada se imprimen más de mil pliegos, cuando que para alcanzar mil pliegos se precisan 280 gramos de tinta fabricada en México.

"Con relación a la película nos permitimos hacer de su conocimiento que un rollo de película ortocromática de 1.6 cm. por 30 metros, producida por Kodak Mexicana tiene un precio doméstico de \$2, 079.°° más un 10% correspondiente al último aumento operado y que un rollo de película similar marca Typolith TI-PE de 101 cms. por 30 metros tiene un valor de \$1,628 MN. Esta película, según se acredita con fotostática anexa es importada por Artes Gráficas Internacionales, S.A." (7)

Hoy en día esta situación debe ser diferente pues el tipo de cambio del peso mexicano ha variado determinantemente. Sin embargo, la tasa inflacionaria del 100%, la escasez de divisas en el mercado y la crisis en términos generales, han de ocasionar problemas tan serios como los de hace diez años, sobre todo en lo concerniente al papel.

La transferencia de valor a los productores de materias primas es una constante y como no opera ninguna protección arancelaria para los productos editoriales ni es previsible que opere sólo habían dos posibles soluciones para los editores; una a corto y otra a largo plazo; las dos poco factibles dadas las características del capitalismo mexicano, la crisis y las relaciones de fuerza existentes. La primera es la liberalización de las importaciones de papel y materias primas (dicha medida era de interés de los libreros principalmente, pues en el caso de los otros géneros reciben el papel de PIPSA, del único organismo con licencia de importación, una vez que ha sido vendida la producción nacional), transfiriendo el problema de la competencia a los papeleros. ¿Porqué la dificultad? Por la crisis y la escasez de divisas, por la necesidad de defender al empleo y por el nivel de monopolización y participación del capital extranjero que hay en la rama pape-

lera. En cuestión de "prioridades nacionales" el papel ha sido más importante.

La segunda vía implica la reestructuración y modernización de la industria del papel. Una transformación estructural de la industria es de verdadera importancia hoy en día y debe vincularse a los programas de desarrollo del campo de la tecnología, del empleo y de la propia industria. Se trata de una transformación a la altura de la crisis. Sin embargo, la intervención del Estado no ha ido más allá de la producción de papel periódico y de la distribución del mismo, dejando a los monopolios papeleros y a las transnacionales el camino abierto para producir e invertir de acuerdo a sus exclusivos intereses. La tendencia del capital privado incluye la eliminación de los pequeños fabricantes y la creación de precios de monopolio que aseguren una tasa de ganancia extraordinaria permanente. (8).

Para la industria editorial, otra vía de transferencia de valor es la impositiva, pues para el consumidor ni el libro, ni las revistas y los periódicos causan el IVA. Así, el pago de impuestos por su producción y su consumo representan una carga realmente pesada para aquellos editores con intereses no sólo comerciales, para aquellos que publican a nuevos valores o investigaciones de intelectuales poco conocidos. En 1978, la rama de Imprenta y Editorial tuvo una erogación impositiva indirecta (restando los subsidios) del 6.5% del valor del PIB sectorial en ese año.

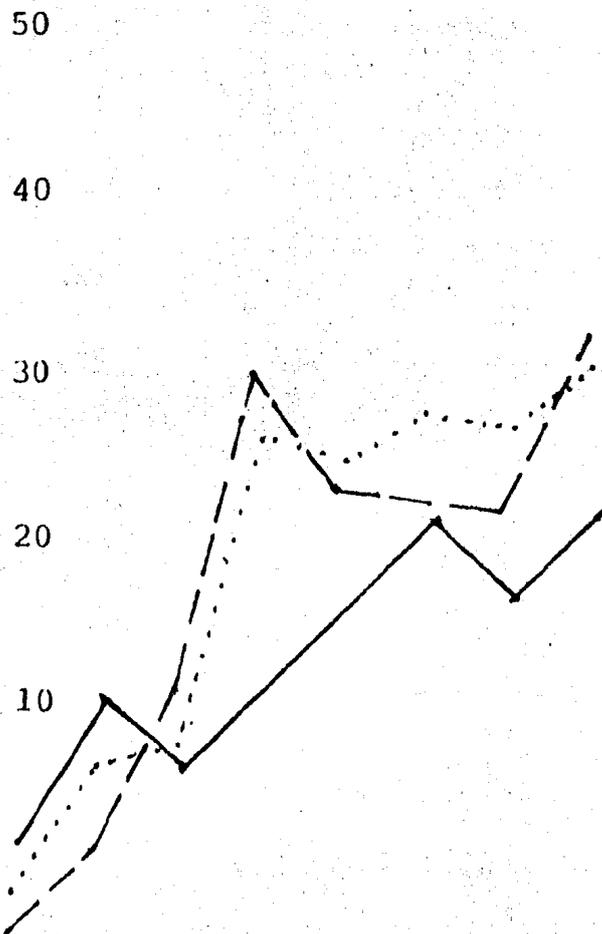
¿Ante esta situación, quiénes son los más afectados? Sin lugar a dudas las editoriales pequeñas, las no comerciales y aquellas que editan ciencias sociales y a literatos poco conocidos. Las editoriales de historietas, los grandes periódicos y los que se dedican a la edición de libros escolares y best-sellers, tienen un mercado asegurado y otras fuentes de ingreso y financiamiento. En el caso del libro, no es lo mismo edi

GRAFICA 3.
PAPEL, PRODUCTOS DE PAPEL, IMPRENTA Y EDITORIAL.
1970-1978.

Producción Bruta:

Salarios y Remuneraciones: _____

Excedente Bruto de Explotación: -----



FUENTE: Sistema de Cuentas Nacionales; Secretaría de Programación y Presupuesto.

tar 100 mil ejemplares con uno o dos títulos que la misma cantidad con 15 o 20 títulos (el tiraje promedio de un libro de historia, economía o sociología es de 2 500 ejemplares por título). Si bien el consumo de papel es el mismo, el gasto de edición y pagos a autores se potencia, con el agravante de que la recuperación de la inversión es más lenta tratándose de libros no comerciales. Hay ediciones de 2 mil ejemplares que tardan más de 5 o 6 años en agotarse.

En el caso de la prensa, el problema adquiere características diferentes por la acción protectora y subsidiadora del Estado (ahora selectiva) y la posibilidad de ampliar los ingresos vía publicidad; además, la rotación del capital es más rápida por el carácter diario de las ediciones. El resultado previsible es una depuración del universo editorial y una mayor vinculación de las empresas editoriales más fuertes con grupos financieros e industriales: la ley del más fuerte, donde las editoriales independientes y no comerciales llevan todas las de perder. Por lo pronto, la calidad de las ediciones va a ser peor, producto de una depuración en el uso de materias auxiliares, un mayor deterioro salarial y una drástica reducción de las inversiones (un decrecimiento real).

Un programa inmediato de apoyo a la industria editorial debe contener mínimamente los siguientes puntos:

-Apoyo fiscal a los editores con una producción vinculada al sistema educativo elemental y superior o de difusión de la cultura nacional.

-La definición por parte del Estado de una política de precios oficiales del papel que impida las transferencias de valor de la industria editorial a otras ramas de la producción.

-Creación de un fondo de apoyo a los editores con problemas financieros o que no se encuentran dentro del circuito comercial de producción y distribución.

- Programa estatal de producción de papel barato. Incluía investigación para mejorar el aprovechamiento de los recursos forestales y agrícolas, diseño de tecnologías correspondientes a los recursos existentes en el país, producción de maquinaria para la producción de papel, etc.

- Creación de un sistema eficiente de comercialización interna y externa de los productos editoriales mexicanos. Facilidades para la exportación de libros periódicos y revistas.

- La creación de un Consejo Nacional Editorial, compuesto por editores, universidades, sindicatos y partidos, autoridades estatales y autores que fije las políticas editoriales vigentes para el país y desarrolle campañas de promoción para los libros, revistas y periódicos.

Ya desde 1970, en la rama de Imprenta y Editorial el rubro más deprimido de las cuentas de producción ha sido el salarial (ver gráfica 3). De acuerdo al Sistema de Cuentas Nacionales, mientras el PIB de la rama crecía a un ritmo anual de 3.9% de 1970 a 1978, el renglón salarial lo hacía a sólo 3.1% y el de excedente bruto de la producción (rubro en el que se cuantifican las ganancias) a 4.7% anual. Esta última cifra es, en términos absolutos, muy superior. En 1970, la remuneración a los asalariados significó un 53.3% del PIB. Para 1978 la relación disminuyó al 49.2%. En ese mismo lapso el excedente bruto de explotación pasó del 42% al 44.2%. (9).

La creación de fuentes de empleo ha sido notoriamente baja, pues de 1970 a 1978 el ritmo de crecimiento de este rubro fue de sólo 2%, habiendo una etapa crítica de 1971 a 1974 en la cual no sólo se dejaron de crear empleos sino que, en términos absolutos, hubo una disminución. Para 1971 el personal ocupado era de 55 835 trabajadores; para 1972 hubo un ligero incremento pues había contabilizados 56 309 empleados; en 1973 cayó la cifra a 53 309 y en 1974 alcanzó la cima con

51 492 trabajadores empleados. Sobrevinó la recuperación y para 1978 la industria editorial y de la impresión daba empleo a 62 768 personas. Al sobrevenir la crisis, los trabajadores y sus salarios fueron los primeros afectados. El panorama es más grave toda vez que se reconoce públicamente que a nivel de prensa los trabajadores son de los peor pagados en todo el país. El periodista (redactor, reportero, articulista) es el profesional con más bajo índice de salarios. El autor literario o científico necesita ser afamado para poder vivir de escritor. Es común encontrar trabajadores de talleres percibiendo el salario mínimo, cuando los técnicos impresores constituyen fuerza de trabajo capacitada. (10). La doble faceta del mundo editorial, de carácter cultural-empresarial, no ha sido benéfica para los trabajadores en lo más mínimo. Un programa inmediato de apoyo a la industria editorial no puede dejar de lado el aspecto salarial. Mediante el otorgamiento de facilidades en el insumo de materias primas se debe crear el espacio necesario para incrementar los salarios de la rama de manera satisfactoria.

CUADRO V
Cuentas de Producción. Rama Imprenta y Editorial.
1970-1978°

	PB*	%	PIB*	%	CI*	%
1970	3486.2		1798.3		2047.8	
1971	3943.8	13.1	1890.1	5.1	2053.7	0.2
1972	4164.6	5.6	2011.0	6.3	2153.6	4.8
1973	3944.6	-5.2	1965.6	-2.2	1979.0	-8.1
1974	4192.9	6.3	1967.4	0.1	2225.5	12.4
1975	4840.4	15.4	2192.5	11.4	2647.9	18.9
1976	5061.1	4.5	2181.2	-0.5	2879.9	8.7
1977	5034.1	-0.5	2117.4	-2.9	2916.7	1.2
1978	5125.4	1.8	2428.4	14.6	2697.0	-7.5

CUADRO V
(Continuación)

	S*	%	PO*	%	RMA*	%
1970	959.4		53 313		17 995	
1971	965.6	0.6	55 835	4.7	17 294	-3.8
1972	1065.0	10.2	56 309	0.8	18 914	9.3
1973	956.9	-10.1	53 509	-5.5	17 884	-5.4
1974	944.6	-1.2	51 492	-3.7	18 344	2.5
1975	1085.2	14.9	56 603	9.9	19 173	4.5
1976	1175.0	8.2	58 428	3.2	20 112	4.9
1977	1101.5	-6.2	60 109	2.8	18 289	-9.0
1978	1196.2	8.5	62 768	4.4	19 057	4.2

FUENTE: SPP. Sistema de Cuentas Nacionales.

°.- Millones de pesos de 1960.

*PB= Producción Bruta.

PIB= Producto Interno Bruto.

CI= Consumo Intermedio.

S= Salarios.

PO= Personal Ocupado.

RMA= Remuneración Media Anual en pesos de 1960.

En el caso de la industria editorial, el análisis de las exportaciones e importaciones permite realizar un adecuado balance de la competitividad de los productos impresos hechos en México. A diferencia de otros ramos industriales, el de la producción editorial no tiene ninguna protección de carácter arancelario, es decir, no existen impuestos a la importación y exportación de libros, periódicos y revistas. Ello es resultado del celo con el cual se han aplicado las concepciones sobre libertad de expresión e imprenta en el país. Tal libera--

lismo ha sido más patente en el caso de los libros (no en balde el libro es el medio de comunicación con menor índice de penetración social); en México circulan indiscriminadamente libros de todas las corrientes sociales y políticas; si acaso, hay ciertas limitaciones para los impresos llamados "pornográficos". La aplicación de este criterio liberal, si bien ha originado ciertos perjuicios a la comercialización interna del libro, ha significado convertir al país en el centro editorial más importante de América Latina, por encima de Buenos Aires o Montevideo. Sin embargo, debe haber claridad en cuanto al origen de la preponderancia editorial mexicana, pues ésta no se debe ni a la calidad de impresión del libro ni a su costo. La militarización de los gobiernos sudamericanos trajo consigo una feroz censura, el exilio de una importante cantidad de intelectuales y, en casos como el argentino, crisis económicas letales para el quehacer editorial.

La importancia editorial de México ha radicado en aspectos de carácter cualitativo como la diversidad de títulos que se editan, la proliferación de obras y textos de ciencias sociales, la difusión de la investigación, el crecimiento de la literatura marxista, etc.

El comportamiento de la balanza comercial del ramo editorial en el periodo de 1970 a 1979 puede dividirse en tres etapas claramente diferenciables. La primera, hasta 1974, en la cual la balanza fue deficitaria; el déficit alcanzó 106 millones de pesos a precios de 1960. La segunda, de 1974 a 1978 se caracterizó por una notoria recuperación que culminó con un superávit de 37 millones de pesos (cifras de 1960). Por último, a partir de 1979, la balanza volvió a ser desfavorable y en 1981 el déficit fue de 2 700 millones de pesos corrientes. En realidad, el total del déficit ha corrido a cargo del sector librero, pues el ramo de diarios y revistas ha arrojado un saldo favorable desde 1975. Ello se debe a la creciente ex

GRAFICA 4.

INDUTRIA EDITORIAL. BALANZA COMERCIAL.

1970-1979.

Exportaciones: - - - - -

Importaciones: —————

350

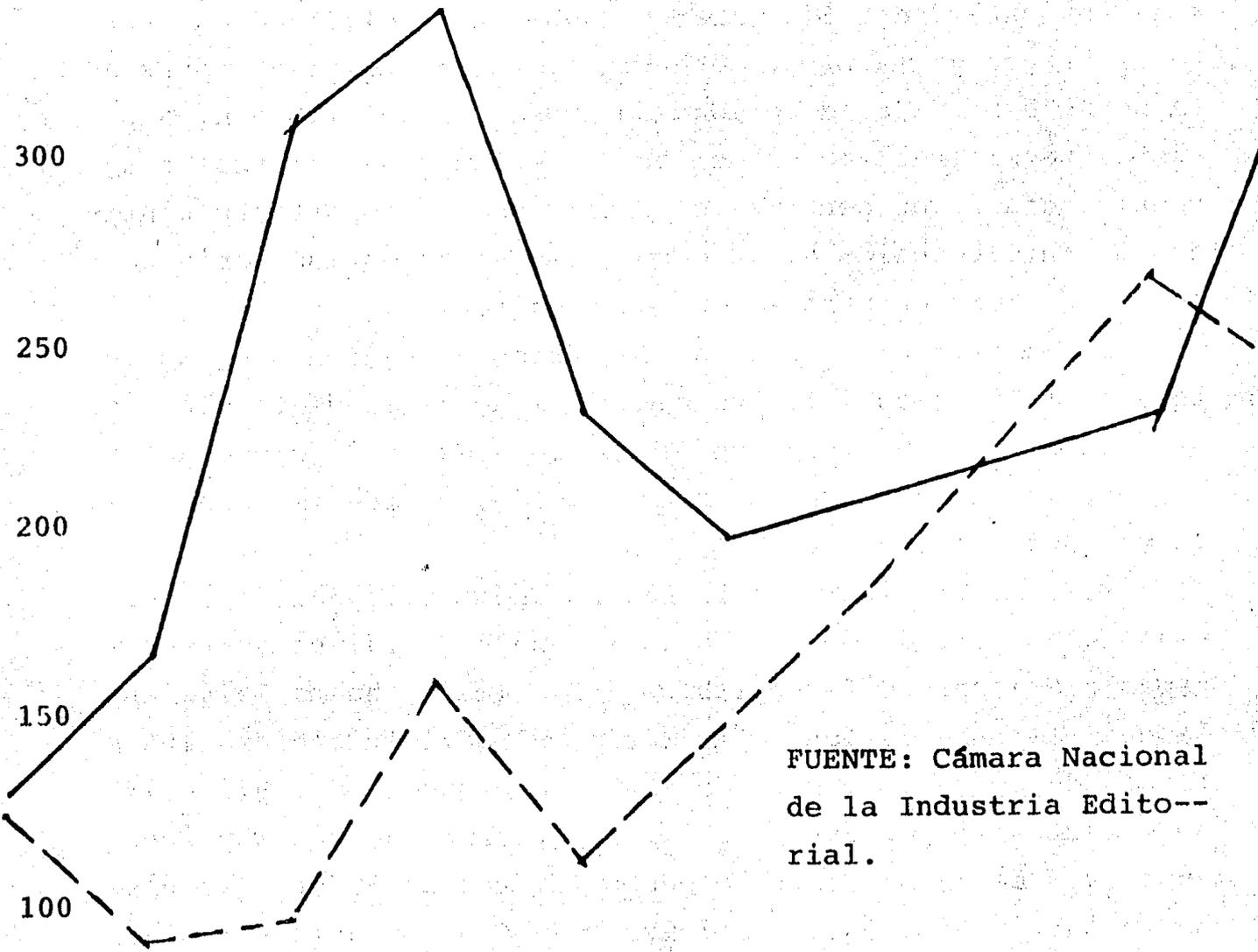
300

250

200

150

100



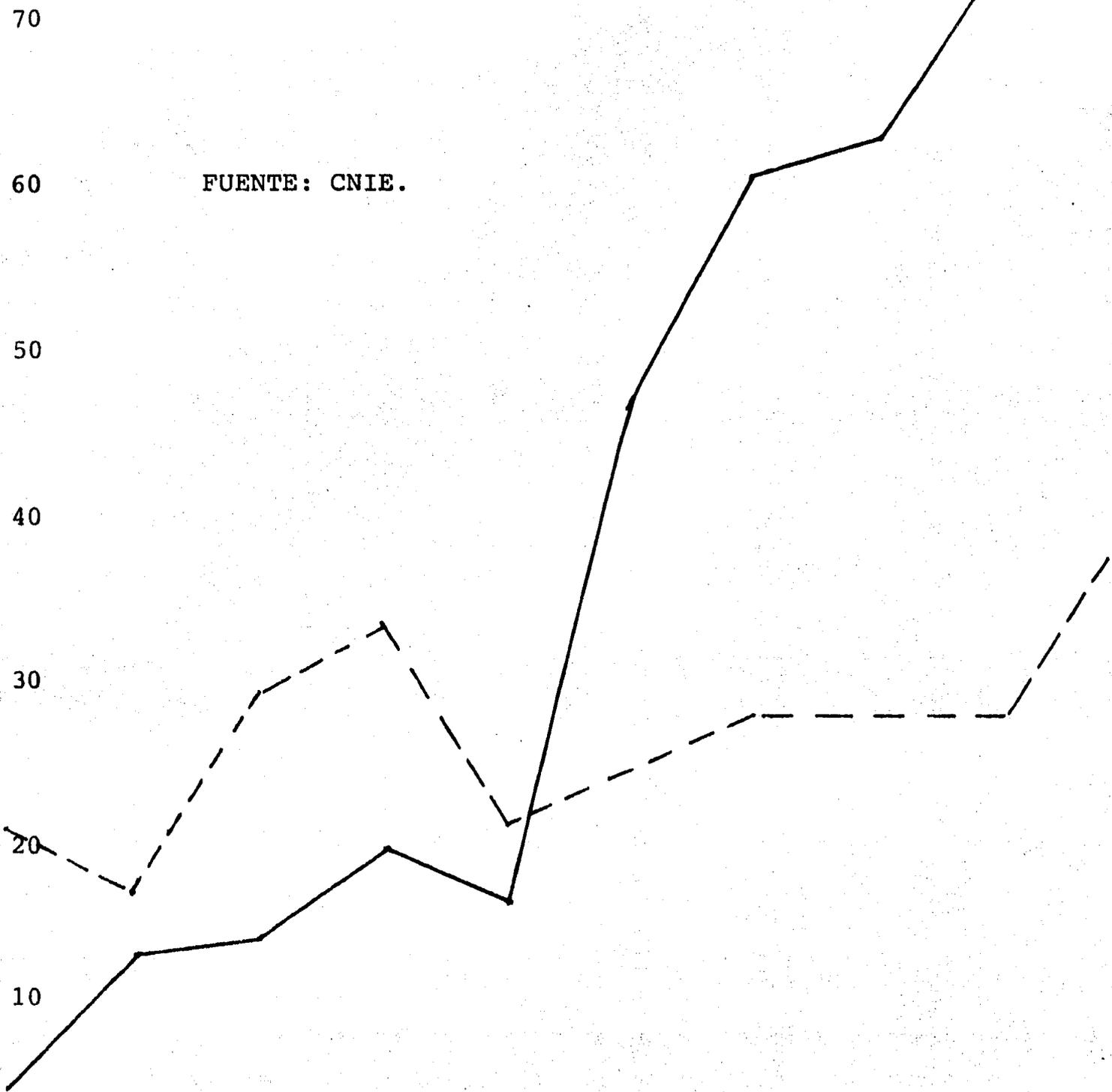
FUENTE: Cámara Nacional de la Industria Editorial.

GRAFICA 5.

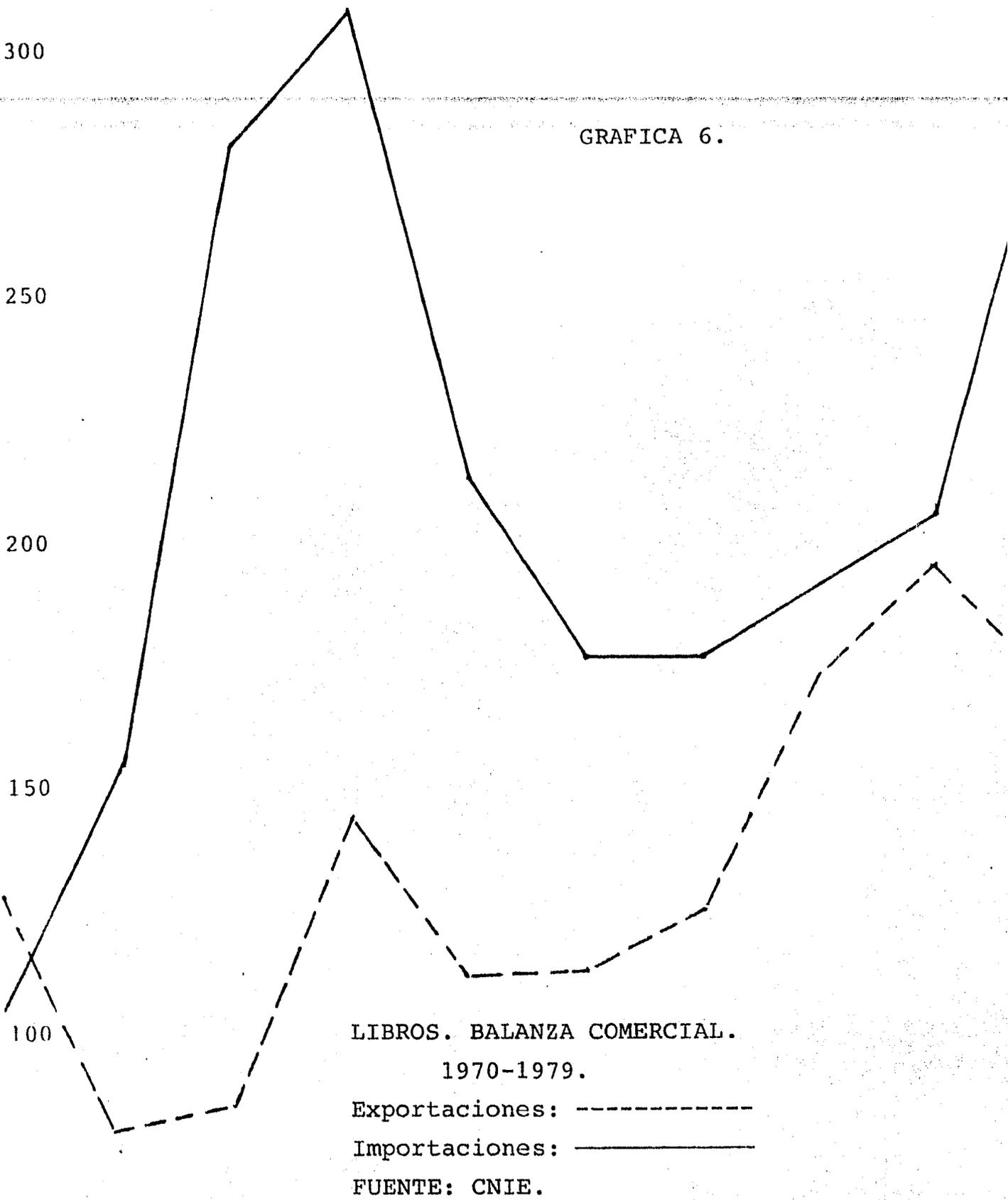
DIARIOS Y REVISTAS. BALANZA COMERCIAL.
1970-1979

Exportaciones: —————
Importaciones: - - - - -

FUENTE: CNIE.



GRAFICA 6.



portación de revistas hechas y traducidas en México hacia los mercados latinoamericanos y a la población hispanoparlante de los Estados Unidos, la cual gusta de consumir publicaciones en español. Los países a los que más diarios y revistas se exportaban en 1980 son Venezuela, Chile, El Salvador y Estados Unidos. Del país que más periódicos y revistas se recibían es Estados Unidos. (11).

CUADRO VI
INDUSTRIA EDITORIAL.
SALDO DE LA BALANZA COMERCIAL. 1970-1979.
(En miles de pesos de 1960)

	LIBROS.	DIARIOS Y REVISTAS.	INDUSTRIA EDITORIAL.
1970	22 081	-15 411	6 670
1971	-74 254	-3 480	-77 734
1972	-197 286	-15 155	-212 441
1973	-165 019	-13 843	-179 402
1974	-101 402	-4 782	-106 084
1975	-63 713	25 833	-37 880
1976	-50 525	32 879	-17 646
1977	-13 454	35 075	21 621
1978	-9 571	46 934	37 363
1979	-122 972	34 485	-88 487

FUENTE: Cámara Nacional de la Industria Editorial
y Banco de México.

En el caso de los libros, la balanza comercial no ha dejado de ser desfavorable desde 1971. A pesar de ello, de 1974 a 1978 se manifestó una tendencia a la reducción del déficit debida a una notoria reducción de las importaciones y a un incremento sostenido en las ventas al exterior. La mayoría de

los libros se importan de España y, para 1980, los mejores compradores de libros mexicanos fueron Venezuela, Puerto Rico, - Panamá, Argentina y Colombia.

El déficit de la balanza comercial editorial, sin embar-go, fue notoriamente pesado entre 1972 y 1974. Por lo regular, el valor de las importaciones calculado a precios de 1960, re-presenta entre el 7% y 9% del total de la producción bruta y entre el 17% y el 20% del Producto Interno Bruto del ramo. Es-ta relación se duplicó en el lapso de 1972 a 1974 de la forma siguiente:

CUADRO VII

	(1)	(2)	(3)	%	%
	Importaciones	PIB	Prod. bruta.	1/3	1/2
1971	172	978	1 996	8.6	17.5
1972	312	1 016	2 073	15.0	30.7
1973	343	1 000	1 993	17.2	34.3
1974	235	994	2 094	11.2	23.6
1975	201	1 135	2 558	7.8	17.7

Calculado en millones de pesos de 1960.

FUENTE: CNIE y SPP.

El desequilibrio de la balanza comercial de la industria editorial y, particularmente, del libro se ha debido a los altos predios. La devaluación del peso en 1976 significó un gran alivio porque redujo los precios de exportación. Sin embargo, el efecto devaluatorio fue perenne y para 1979 los productos editoriales vuelven a perder terreno. La inflación interna ha alcanzado índices muy por encima del promedio internacional. Mientras no se controlen los precios de los medios impresos, la inseguridad del mercado seguirá vigente. Por ello es tan importante la definición de un programa de apoyo a la indus-tria editorial que tenga, entre sus objetivos, la función de

aplicar mecanismos para evitar mayores alzas en los precios. De lo contrario, el acceso de la sociedad a la información y la crítica irá diezmándose irremediablemente.

La incompetencia internacional de los productos editoriales mexicanos (básicamente de los libros) obedece, también, a la importación de casi toda la maquinaria necesaria. Por esa vía se ha fomentado el crecimiento del déficit en la balanza editorial, la dependencia y el desperdicio de materias primas a causa de las peculiaridades tecnológicas que generalmente tienen las máquinas traídas del extranjero. (12). La mayor parte del equipo proviene de Europa occidental y Estados Unidos; de hecho, la maquinaria llega de los mismos países productores de pastas de celulosa y papel, lo cual implica una verticalización de las importaciones (léase dependencia e importación de métodos y técnicas de trabajo que en México suelen aumentar la tasa de desperdicio de materia prima por la diferente calidad del papel fabricado en el país).

CUADRO VIII

PAISES PROVEEDORES DE MAQUINARIA PARA LA INDUSTRIA EDITORIAL. 1976-1978.

(Millones de pesos corrientes)

	1976	1977	1978
1.- Alemania Occidental.			
Máquinas y aparatos para encuadernar.	13.6	27.7	73.9
Máquinas y aparatos para imprenta y artes gráficas.	119.8	97.4	154.4
2.- España.			
Máquinas y aparatos para imprenta.	6.6	6.9	12.2
3.- Estados Unidos.			
Todo tipo de maquinaria.	199.1	210.5	391.3

CUADRO VIII
(Continuación)

	1976	1977	1978
4.- Francia.	5.0	23.8	7.2
5.- Italia.	15.4	29.6	24.0
6.- Reino Unido.	29.3	9.5	7.8
7.- Suecia.	8.0	3.6	10.8
8.- Suiza.	1.1	57.7	78.7
TOTAL	397.9	466.7	760.3

FUENTE: SPP, Información de las Relaciones de México con el Exterior.

La "coincidencia" en cuanto al origen del papel como de la maquinaria para tratar y producir celulosa, papel y productos editoriales, en combinación con el nulo desarrollo tecnológico habido en México, dificulta aún más la posibilidad de utilizar fuentes y recursos alternativos para la elaboración de estos productos. Además, los ciclos en la rotación de todo el equipo productivo (capital fijo) son muy lentos y no existe la capacidad económica para lograr la autosuficiencia integral en todo el sector vinculado al papel. La incompetencia de la producción nacional es afectada por condicionantes externos, es decir, por el ciclo mundial en la determinación de el desarrollo tecnológico.

El panorama global del desarrollo reciente y de las crisis a nivel de medios impresos nos conduce de manera directa a una conclusión: en el binomio función cultural-función comercial, el segundo factor de la ecuación tiende a imponerse. En el marco de la industria editorial y de los medios impresos no integrados a la industria, sólo las grandes empresas, las que editan sólo cuando tienen asegurado un gran tiraje, las que tienen apoyos publicitarios, las que se han vinculado a poderosos grupos comerciales, industriales o transnacionales, son quienes han asegurado su sobrevivencia y el futuro control

del mercado. La comercialización en los impresos, la concentración del capital así como el más vulgar manejo empresarial de las casas editoriales traen consigo un discurso mediocre y representativo de los grupos dominantes del país. Por el contrario, la difusión cultural, la ciencia, la literatura, la reflexión crítica y la circulación democrática de la información sobreviven en un espacio cada vez más pequeño y hostil, en permanente desarraigo de las masas y sin posibilidades "comerciales" de hacer realidad los artículos 6° y 7° constitucionales

Mientras no exista un programa de apoyo editorial que asegure la pluralidad y la diversidad cultural, que ubique a los medios impresos de carácter informativo, literario y científico como un bien social prioritario, que facilite crédito barato y asegure su distribución, el panorama será desolador. Tal situación sólo beneficiaría a las clases dominantes y a las empresas promonopólicas. Son tan caros los libros y los periódicos que la educación se encuentra en peligro de caer en una situación más vertical, en una situación donde sólo impere un discurso: el discurso de los manuales que reducen la ciencia y la cultura en un recetario de definiciones antagónico a la pluralidad, la polémica y la crítica.

Las condiciones para sobrevivir en el universo editorial y los moldes empresariales y de obtención de ganancias se han diferenciado en cada medio. El crecimiento económico ha tomado vías divergentes. Por ello es preciso tratar a cada medio impreso por separado.

B.- El Libro.

A pesar de ser el medio de comunicación social de más antigüedad, el libro es el de menor penetración e influencia social. Su consolidación industrial, su despegue, es posterior a la fundación de la televisión en México y paralelo al inicio de las comunicaciones espaciales.

Se calcula que, para agosto de 1981, operaban en el país 402 editoriales de libros y 144 compañías distribuidoras de material nacional y extranjero. Sin embargo, no deben ser más de 30 las casas que controlan y dirigen la actividad editorial en el mercado. Aun cuando no existe una notoria tendencia a la monopolización en el sector, si se ha registrado un paulatino fortalecimiento de aquellas empresas más comerciales y desentendidas de la calidad de sus títulos. La crisis económica está definiendo con mayor claridad las características de esta tendencia del crecimiento económico del ramo. Lo anterior deriva, en cierta medida, de la sensibilidad del libro ante las oscilaciones económicas, resultado de la confluencia, hasta ahora permanente, de tres factores: el papel, la inexistencia de otras fuentes de ingreso que no sean la venta misma del libro y, por último, la estrechez del mercado, indicada por el escualido promedio de ejemplares tirados por título editado.

Sobre el papel ya se ha abundado suficiente. El trato que los editores reciben de las compañías papeleras es unilateral. En la medida que constituyen un mercado cautivo, los librerías se ven obligados a consumir papel caro y de mala calidad.

A diferencia de la prensa, la subliteratura y el resto de los medios masivos de comunicación, el libro no obtiene ingresos por la publicación de anuncios comerciales o informaciones de otro tipo. El libro (y el disco) son los únicos pro

ductos de comunicación constituidos como una sola mercancía. En épocas de crisis, de estancamiento y de deterioro del salario nacional, la industria librera tiende a resultar más afectada.

El mercado del libro en México es pequeño y a pesar de haber crecido considerablemente, sus dimensiones no sobrepasan a una minoría de la población. La pequeñez del mercado se convierte en dramática cuando se analizan en conjunto los tres factores señalados porque han repercutido de manera directa en el alza de los precios provocando el alejamiento de los compradores y mayores barreras para ampliar el mercado internacional. (13). Según cifras proporcionadas por la CNIE, en 1977 sólo el 2% de la población mexicana compraba libros. "En México hay una librería para cada 400 000 habitantes, y dada la cantidad de libros que se publican al año, toca un cuarto de volumen a cada mexicano." (14). El promedio por habitante no deja de ser engañoso, pues la mayor parte de las librerías se concentran en la ciudad de México, Guadalajara y otras ciudades densamente habitadas, quedando bastas regiones (ni que decir del campo) fuera de los circuitos de comercialización del libro. Además, considerando al libro como un producto no básico, ¿cuántos libros alcanzan con un salario mínimo? Puede abundarse aun más. Si bien el índice de analfabetismo se reduce, no deja en términos absolutos de ser inmensa la parte de la población que no lee o no ha terminado el sexto año de primaria. El mexicano no acostumbra leer libros; sólo lee historietas, periódicos deportivos y de nota roja, es decir, lecturas despolitizadoras y de escasa calidad informativa. Si uno se pregunta por la difusión del libro, el panorama no se compone lo suficiente. De hace algunos años a la fecha se han efectuado varias ferias libreras de carácter nacional e internacional con el objetivo de fomentar el consumo del libro. Sin embargo, no han dejado de ser actos eliti

tas (a pesar de que se han celebrado en lugares públicos como pasajes del metro), pues el alejamiento de las masas respecto al libro asume niveles diferentes, de índole política e ideológica. ¿Acaso se fomenta la lectura crítica en los centros escolares de enseñanza elemental? ¿Acaso existe la posibilidad práctica para el desarrollo crítico del trabajador obrero o campesino?

En México la política postrevolucionaria se ha caracterizado por un paulatino y sistemático proceso de despolitización de las masas a través del partido oficial y los grandes sindicatos y centrales obreras y campesinas ligadas al Estado. Si antes no se leía por analfabetismo absoluto y generalizado, hoy no se lee por despolitización y por las distancias siderales existentes entre los centros donde se toman las decisiones nacionales y las masas. Ello ha provocado que la formación crítico-teórica del mexicano no sea suficiente y que la escasa información que recibe, casi siempre por conducto de los medios electrónicos, sea fácilmente deformada y orientada a mantener la distancia de los procesos políticos como tales.

Así, la política, la historia y la sociedad son presentadas como hechos aislados, desconectados entre sí, ajenos a los movimientos reales de las clases sociales.

Los libros de texto y los manuales, tanto a nivel primario como secundario, ni con mucho optimismo, proponen reflexiones de conjunto. En ellos, se presenta a la sociedad como algo dado, ahistórico, donde la intervención de las clases sociales siempre es funcional a la producción capitalista. La ciencia siempre es un conjunto de definiciones y labor de científicos, aquellos prohombres que nunca pueden estar tan cerca del estudiante como para que éste pueda plantearse su conversión o formación como científico. La literatura nunca deja de ser aquel juego en permanente búsqueda de la belleza absoluta, tan viejo como los propios griegos, aun así más cercanos que

los talleres de literatura y las lecturas enfocadas a conocer el propio origen de los niños-estudiantes. El civismo, planteado como aquel etéreo conjunto de normas útiles para fomentar el patriotismo y la buena ciudadanía es el único canal hacia la participación ... a través de la obediencia.

Con la crisis económica la situación se ha tornado más crítica, pues la Universidad y los centros de educación superior se encuentran en peligro de caer en la educación de manuales y fotocopias. El libro comienza a ser inaccesible y no existe un mejor y más económico soporte material para la información plural y para la crítica. En la medida que no se adopten soluciones se hará evidente la intención del Estado y las clases dominantes de aprovechar la situación para imponer su propio discurso y marginar del sistema educativo aquellas opiniones que no sean las suyas. La democratización del sistema político no puede dejar de lado la apertura de los medios de comunicación a todos los sectores que componen la sociedad mexicana. Cerrar los canales de expresión significa atraso político y autoritarismo.

La pequeñez del mercado no radica, solamente, en la falta de lectores potenciales, sino en la deformación crónica del mexicano ante la lectura y en la carestía de la información bibliográfica. Analicemos el problema desde la perspectiva de los tirajes y la oferta bibliográfica. Promedialmente, en México el tiraje por título no rebasa los 4 mil ejemplares; la cifra es ridícula. En los cuadros IX y X aparecen las editoriales que mayor cantidad de títulos publicaron en 1979, su especialidad así como los tirajes más representativos. Se ofrece, también, una relación de los títulos no escolares que tuvieron un tiraje de 40 mil ejemplares o más. De las 20 editoriales más prolíficas sólo hay 4 dedicadas a la publicación de títulos de ciencias sociales y de literatos no afamados.

CUADRO IX

EDITORIALES QUE MAS TITULOS PUBLICARON* EN 1979, ESPECIALIDAD Y TIRAJES

EDITORES	TITULOS	ESPECIALIDAD
1.- Organización Editorial Novaro	501	Revistas cómicas y libros infantiles.
2.- Siglo XXI Editores.	312	Ciencias Sociales y Literatura.
3.- Editores Mexicanos Unidos.	162	Libros científicos, culturales y deportes.
4.- Fondo de Cultura Económica.	133	Economía, Historia, Filosofía y Literatura.
5.- Editorial Limusa.	112	Libros técnicos, científicos y de texto.
6.- Editorial Esfinge.	110	Libros de texto para todos los niveles.
7.- Compañía General de Ediciones.	95	Literatura y manuales técnicos.
8.- Promociones Editoriales Mexicanas.	92	Colección "Las Grandes Obras del Siglo XX".
9.- Editorial Trillas.	79	Psicología, Arquitectura y Libros texto.
10.-Compañía Editorial Continental.	77	Libros técnicos y de texto.
11.-Ediciones ERA.	70	Ciencias Sociales, Literatura.
12.-Fernández Editores.	69	Material didáctico y temas generales.
13.-Anuncios en Directorios.	61	Directorios telefónicos.
14.-Ediciones Paulinas.	60	Libros religiosos.
15.-Editorial Avante.	60	Libros para preescolares y primaria.
16.-Joaquín Mórtiz.	54	Literatura e Historia.
17.-Manual Moderno.	52	Psicología, Química y Medicina.
18.-Eca, Cacho y Balcarel.	50	Contabilidad, Taquimecanografía.
19.-Editorial Cinco Siglos.	49	Temas Generales.
20.-Instituto Lingüístico de Verano.	49	Alfabetización.
TOTAL	2 247	

FUENTE: Dirección General de Derecho de Autor, SEP. *Reediciones y primeras ediciones.

NOTA.- La editorial Diana debería figurar en la lista, pero hasta 1981 no había cumplido con hacer llegar su relación de publicaciones a la oficina de derecho de autor.

(Continuación).

EDITORES.	Tiraje mayor.	Tiraje menor.	Promedio.
1.-Organización Editorial Novaro.	49 923	3 526	15 a 20 mil
2.- Siglo XXI Editores.	30 000	1 000	3 a 4 mil.
3.- Editores Mexicanos Unidos.	10 000	2 000	3 mil.
4.- Fondo de Cultura Económica.	100 000	2 000	3 a 6 mil.
5.- Editorial Limusa.	20 986	189	2 a 3 mil.
6.- Editorial Esfinge.	250 000	3 000	20 a 40 mil.
7.- Compañía General de Ediciones.	10 000	2 000	3 mil.
8.- Promociones Editoriales Mexicanas.	24 900	9 950	12 a 14 mil.
9.- Editorial Trillas.	25 000	1 000	4 a 5 mil.
10.-Compañía Editorial Continental.	10 000	1 000	2 a 3 mil.
11.-Ediciones ERA.	12 000	1 000	2 a 3 mil.
12.-Fernández Editores.	40 000	1 000	15 a 20 mil.
13.- Anuncios en Directorios.	1 100 000	12 200	30 a 50 mil.
14.-Ediciones Paulinas.	40 000	1 000	7 a 10 mil.
15.-Editorial Avante.			
NO INFORMA TIRAJES.			
16.-Joaquín Mórtiz.	10 000	1 000	3 a 4 mil.
17.-Manual Moderno.	15 000	2 000	2 a 3 mil.
18.-Eca, Cacho y Balcarel.	15 000	1 000	4 a 5 mil.
19.-Editorial Cinco Siglos.	2 000	1 000	1 500 ej.
20.-Instituto Lingüístico de Verano.	500	100	250 ej.

FUENTE: Dirección General del Derecho de Autor, SEP.

*En ejemplares por título.

CUADRO X

TIRAJES DE BEST SELLERS.

LIBROS CON MAS DE 40 MIL EJEMPLARES. 1979.*

AUTOR.	TITULO.	EDITORIAL.	TIRAJE	EDICION.
1.-	Diccionario Lexicón.	Fernández Editores.	40 000	
2.-	Canta y Pinta.	Fernández Editores.	40 000	
3.-	Batman y el Hombre Rana.	Editorial Novaro.	48 990	4°
4.-	La Pantera Rosa.	Editorial Novaro.	48 595	6°
5.-	Readre Digest.	Grandes Acontecimien- tos del Siglo XX.	40 000	1°
6.-	Ustaed y la Ley.	Readers Digest. " "	50 000	1°
7.-	Luis Spota.	El Rostro del Sueño.	100 000	1°
8.-	Francisco Rojas González.	Fondo de Cultura Econ.	50 000	8°
9.-	Mariano Azuela.	Fondo de Cultura Econ.	100 000	14°
10.-	Roberto Guerra.	Obra Nacional de la Buena Prensa.	1 000 000	39°
11.-	Wilfredo Guinea.	Evangelios y Hechos de los Apóstoles.	100 000	1°
12.-	Berlitz Ch.	Sagrada Biblia.	40 000	3°
13.-	Berlitz Ch.	Triángulo de las Bermudas.	62 000	1°, 2°, 3°
14.-	Richard Bach.	Juan Salvador Gaviota.	120 000	3° a 6°
15.-	Seminario Catequístico.	Catecismo de la Doctrina Cristiana.	40 800	19°

FUENTE: Dirección General del Derecho de Autor.

Siglo XXI, Fondo de Cultura Económica, ERA y Joaquín Mórtiz tienen su promedio de tirada entre los más bajos y los títtulos que sobrepasan los 7 u 8 mil ejemplares nunca son primeras ediciones. El resto de las editoriales, dedicadas a la religión, los libros escolares, reedición de "obras clásicas", monitos, etc., generalmente tienen un promedio más elevado.

Es preciso señalar que mientras menor sea el promedio de tiraje de una editorial, más costoso resulta producir un número determinado de libros. No es lo mismo tirar 100 mil ejemplares con un sólo título que tirar los mismos hasta con 20, suponiendo ediciones de cinco mil ejemplares. ¿Porqué? Porque se ahorra en papel, en fotocomposición, en pagos de derechos de autor, en tapas, en distribución y en comercialización. Así, una editorial que publica 5 títulos con cien mil ejemplares en un año, obtendrá más ganancias que otra solamente capaz de tirar tantos ejemplares con la edición de hasta 50 títulos.

Los sobreprecios en el papel y los efectos de las crisis económicas siempre serán más nocivas para las editoriales que trabajan con tirajes pequeños, para aquellas que operan con el interés de ofrecer una mayor diversidad informativa y de enriquecer la cultura nacional. Tal vez estos planteamientos ayuden a entender el porque del escaso interés en apoyar a escritores jóvenes o poco conocidos (si no son tan jóvenes) y sí a la incesante publicidad de best sellers sin el menor valor literario o científico. (15).

El problema se agrava cuando se verifica que la rotación del capital en el sector librero suele ser muy lenta. Hay publicaciones que tardan en agotarse, es decir, en salir de las bodegas de la propia editorial o de las distribuidoras, años enteros. En cualquier librería pueden encontrarse primeras ediciones que salieron al mercado en 1972 o 1973, lo cual indica que dichas ediciones tardaron años en llegar, incluso a los

distribuidores. (16). En el caso del libro, hay ocasiones en las cuales el capital circulante deja de serlo. Así, en tiempos de crisis, cuando el mercado internacional también se contrae, cuando el mercado nacional pierde agilidad o entra en una especie de estado comatoso, es común ver a las editoriales al borde de la quiebra, con buena parte de su inversión todavía en cartera y sin grandes posibilidades de reconvertirlo en dinero con rapidez. En esas condiciones se verifica, invariablemente, una desvalorización del capital, una disminución de la oferta, un aumento generalizado en los precios y una contracción de la demanda editorial.

Pra abril de 1982, de acuerdo a declaraciones de la jefa de promociones de Siglo XXI, (17), "el costo del papel se elevó 80 por ciento. Antes de la devaluación -se refiere a la de febrero del mismo año- subió 17 por ciento y, posteriormente, 20. Esto por un lado, por otro, nuestra editorial maquila casi todo el material. Sucede también que los costos de los trabajos en los talleres se elevaron entre un 30 y un 40%." Para paliar la crisis se pretendía recurrir a otros talleres. Cuando se piensa en la generalización de esta problemática a las editoriales menos comerciales, automáticamente se piensa en reducción de personal, en recorte de las inversiones y planes anuales de publicaciones así como en nuevas alzas en los precios de los libros que editan.

De continuar la crisis económica como hasta ahora, en breve tiempo el panorama habrá cambiado de tal forma que las grandes empresas editoriales se fortalecerán y dominarán el marco de las políticas hacia el mercado y la orientación de la demanda. No puede hablarse de un clásico proceso de monopolización puesto que dichas empresas jamás se interesarán por publicar en México (aun cuando si importar) títulos que no aseguren su venta inmediata; el espacio temático no se re-

ducirá para las editoriales desfavorecidas a pesar de que el ámbito comercial sea menor.

¿Cuáles son las principales empresas editoriales? Para aclarar en algo esta pregunta no es suficiente con cotejar simplemente el valor de sus ventas por los siguientes motivos:

- El promedio de los tirajes tiene que ser mayor al promedio para posibilitar una mayor tasa de ganancia, pues de lo contrario se verifica un incremento en los costos de producción.

- Las ganancias suelen reducirse por la participación de el distribuidor (se habla de un 30 o 40 por ciento del precio del libro para quien distribuye). Algunas empresas distribuyen por si mismas su material, concentrando para si mismas todos los ingresos. Además, cuando la propia editorial realiza todo el ciclo de comercialización de sus productos, generalmente amplían sus servicios a otras casas editoras de México o el extranjero; incrementan su giro de operación.

CUADRO XI

VENTAS DE LAS PRINCIPALES EDITORIALES QUE OPERAN EN MEXICO. 1976-1980*

	1976	1977	1978	1979	1980
Grolier.	-	-	765.7	1369.6	1746.6
Readers Digest.	-	364.7	652.1	-	-
Trillas.	-	189.8	228.3	271.2	379.2
Diana.	61.4	85.3	103.3	171.4	217.1
Fernández Eds.	-	71.2	102.6	136.9	202.0
Larousse.	-	-	120.6	156.9	-
Continental.	-	-	109.3	153.1	179.6
Limusa.	58.0	90.0	109.0	137.7	171.3
Expansión.	29.3	39.8	53.7	83.1	109.7

FUENTE: Expansión, Las 500 empresas más importantes de México, ediciones de 1978 a 1981.

* En millones de pesos corrientes.

El cuadro XI apunta el valor en ventas de las principales editoriales de 1976 a 1980. Sin duda hay dos o tres ausencias de consideración: el Fondo de Cultura Económica, Grijalvo y Siglo XXI. (18). Ello se debe a que no existe información confiable sobre el volumen de ventas de estas editoriales. Sin embargo, el hecho de tener sucursales en España y algunos países latinoamericanos y de participar en la distribución de libros, habla de la capacidad económica de las editoriales citadas arriba (verificar datos en los cuadros de títulos y tirajes y los de exportación e importación por casas editoriales.).

CUADRO XII

IMPORTACION Y EXPORTACION DE LIBROS EN ESPAÑOL. 1980.

(En miles de pesos corrientes)

EXPORTACION		IMPORTACION	
Editorial.	Valor.	Editorial.	Valor.
Editorial Cumbre	159 968	Sin Registro	179 985
Editorial Diana	63 178	Salvat Mex. Ediciones	159 901
Sin Registro	62 961	Bruguera Mexicana	135 722
Nva Editorial Interamericana	55 042	Distribuidora Grijalvo	84 722
Limusa	51 126	Editorial Grijalvo	72 280
Enciclopedia Británica de México	40 401	Dist. Libros Aguilar	60 411
Siglo XXI	34 343	Time Life Internacional de México	46 081
Cia. Edit. Continental	34 638	Edit. Hispanoamericana	38 805
FCE	31 661	Intermex	38 015
Librería Porrúa hnos	25 237	Edit. González Porto	34 180
Edit. Mexicanos Unid	25 237	Provenemex	32 810
Editorial Grijalvo	23 020	Editorial El Ateneo	28 581
Public. Culturales	23 017	Salvat Edit. México	25 212
		Librería Parroquial	25 195
		Interargos	25 482

CUADRO XII
(Continuación)

EXPORTACION		IMPORTACION	
Editorial	Valor	Editorial	Valor
Libros Mc Graw Hill			
de México	22 167	Círculo de Lectores	24 217
El Manual Moderno	22 156	Agencia de Publicacio <u>n</u>	
Sin Registro	19 617	nes Mex. Central	23 363
Ediciones Larousse	19 455	Plaza y Jannés	23 281
Harla	18 115	Ediciones Larousse	22 863
Readers Digest México	17 138		
Libros Mc Graw Hill	16 237		
TOTAL	770 230	TOTAL	1 190 416
Todas la exporta <u>ci</u> ones	1 053 061	Todas las importa <u>ci</u> ones	1 190 416

FUENTE: Dirección Gneral de Aduanas. SHCP.

Del total de exportaciones, las primeras veinte editoriales vendieron al exterior el 78.18%; las primeras diez el 53.61%; las primeras 5, el 37.26% y las primeras tres editoriales más de la cuarta parte, 27.16%.

En cuanto a las importaciones, las primeras veinte empresas compraron el 64.6% del total; las primeras diez, 50.26%; las primeras 5, 37.26% y las tres primeras realizaron importaciones por un valor de 25.83%.

De las editoriales que han sido citadas, algunas son de origen extranjero: Grolier, Readers Digest, Larousse, Enciclopedia Británica, Libros Mc. Graw Hill de México, Bruguera, Time Life International y Plaza & Jannés.

Otras, de origen mexicano o de varios países incluido el nuestro, operan casas editoriales en España y ciertos países

latinoamericanos: Siglo XXI, Grijalvo, Fondo de Cultura Económica, etc.

Los géneros prevaletentes en los intercambios con el exterior son: enciclopedias, libros técnicos y escolares, deportivos y best sellers. Como pudo observarse, las actividades de comercio exterior del libro son desarrolladas por un reducido grupo de empresas que son las encargadas de distribuir y de determinar la calidad de la oferta y la orientación comercial de la misma. La actual escasez de divisas, símbolo actual de la crisis económica que sufre el país, acentuará el esquema concentrado de comercio exterior. Promover una mayor racionalidad en las exportaciones e importaciones de libros y fomentar la adquisición de material útil para el fortalecimiento de la cultura nacional, deben ser políticas integradas a un programa mínimo de apoyo a el campo del libro en México.

Características de las mayores empresas editoriales.

Grolier es la editorial que mayor volumen de ventas reporta. Es de origen transnacional. Se dedican a publicar enciclopedias, diccionarios y obras de consulta. La mayor parte de los libros que venden son editados en Estados Unidos y Panamá. Casi no venden a través de librerías; lo hacen de casa en casa por sistemas de cambaceo y ofreciendo sus ventas a crédito. Más que una editorial, Grolier es una enorme agencia de ventas.

Readers Digest, "la organización editorial más grande del mundo" (19), ofrece material exclusivamente elaborado en Estados Unidos y de plena garantía comercial y anticomunista. (No hablamos aún de Selecciones, el cual lo dejamos para el apartado de subliteratura). Trabajan mucho a través del correo y ofrecen, además de los libros, discos, sorteos y "fabulosos premios". Suelen traducir el material en México y distribuir-

lo, desde aquí, a Latinoamérica.

Diana y Continental son especialistas en best sellers, en autores afamados, libros deportivos, de modas y de moda. En el caso de Diana, se incluyeron las cuentas de Ediciones Universo de la cual son propietarios. Ambas son apoyadas por amplias campañas publicitarias y Diana tiene varias coediciones con la SEP.

Trillas, Fernández editores y Limusa están especializadas en material escolar; manejan un mercado virtualmente cautivo: la población escolar de educación media básica y de bachillerato. Editorial Cumbre, la de mayor exportación en 1980 se ha especializado en la edición de enciclopedias y colecciones de consulta.

Para 1978, las editoriales que aparecen en el cuadro XI, sumaron un total de 2 224.6 millones de pesos en ventas. En 1980, y restando a Readers y Larousse, las ventas ascendieron a más de 3 mil millones de pesos.

A pesar de que la información a este respecto a resultado deficiente, puede confirmarse relativamente la tendencia de la supremacía de lo comercial, lo banal o trivial, sobre lo cultural. Con la crisis de 1982, las perspectivas para el desarrollo de una vida editorial crítica y expresiva de los movimientos artísticos, científicos, políticos y culturales de México y el mundo no son claras. Ello, en el fondo, significa la condena para los nuevos autores y para la difusión de la investigación, es decir, el testimonio de la inexistencia real de la libertad de imprenta porque hay que comprarla.

En cambio, las editoriales más comerciales, aquellas no interesadas más que en las ventas, más apegadas al discurso y a la información imperialista o de corte educativo oficialista, tienen a su alcance la posibilidad de dominar las condiciones de producción y distribución librera. Es preocupante, asimismo, la gradual participación de editoriales norteamer-

canas portadoras de una visión del mundo y una posición política imperialistas y a las que sólo les importa vender aunque la lectura se convierta en una actividad acrítica.

Ante esto, no hay duda de la necesidad de los editores - para recibir apoyos económicos y financieros para reanimar la producción y abatir costos de publicación. En la medida que el Estado no intervenga para frenar la feroz monopolización - en el ramo papelerero y no defina una política clara y democrática de comunicación social en la que se garantice la permanencia de condiciones favorables para la publicación de los - impresos de todos los sectores de la sociedad, difícilmente habrá oportunidad de corregir la tendencia hasta hoy dominante.

Posibilitar el Derecho a la Información implica poner a disposición de toda la sociedad civil los instrumentos para poder producir y distribuir mensajes de alcance masivo.

B.- Prensa.

Los periódicos y las revistas (con excepción de las historietas) son productos vendidos por debajo de su valor. No son, como puede observarse, mercancías comunes y corrientes. Más bien, el proceso de producción de un diario y una revista implica la concatenación de varias ventas de mercancías diferenciadas. Por un lado, se registra la venta de espacio de la edición, el cual es utilizado con fines publicitarios, propagandísticos o políticos. Por otro, se compra y vende información y noticias. Por último, se venden los ejemplares correspondientes a cada edición. La participación de la venta de espacio en el financiamiento de las publicaciones periódicas, sean diarias o no, oscila entre 40 y 60 por ciento de los ingresos totales. (20).

Así como el Rey Midas tenía la virtud de convertir en oro todo cuanto pasaba por sus manos, el capitalismo transforma en mercancía todo cuanto se halle a su alcance, independientemente de si el valor de uso sea material o no. Basta, simplemente, con que cualquier relación social se lleve a cabo bajo la regulación del intercambio, es decir, como una actividad particular en el contexto de la división social del trabajo. Hoy en día se ha llegado a la mercantilización de la información y a la sujeción de ésta misma a los intereses del reducido grupo social que ocupa su espacio de papel. Por eso, si ya se cuestionó la objetividad de la prensa así como su imparcialidad, al analizar quien paga por su existencia y corroborar que sin ese pago no hay más prensa, no cabe la menor duda en relación a la inexistencia de libertad de imprenta para las clases mayoritarias en el país.

Pero hagamos un parentesis informativo para otorgarle bases sólidas al análisis y para identificar a los grupos que controlan los flujos de información en nuestro país.

Para julio de 1981 se calculaba la existencia de 403 periódicos circulando en el país. De ellos, 34 eran editados en el DF y 6 más en la zona conurbada del estado de México (en mayo de 82 la suma de diarios y semanarios en el DF había llegado a 36). Por tanto, en la capital y los municipios vecinos son publicados alrededor del 10% de los periódicos que hay en el país. Por otra parte, los estados de Veracruz y Tamaulipas son sede de un número exagerado de periódicos: 32 en el primero y 36 en el segundo. Entre tres entidades concentran casi un 30% del conjunto de la prensa. En cambio, Tlaxcala sólo posee un periódico y Quintana Roo tres.

Aproximadamente, 305 periódicos del total registrado en julio de 1981, se editaban diariamente, mientras que el resto eran interdiarios, bisemanales o semanales. El promedio de tiraje aproximado por diario, según los datos ofrecidos por los directorios de medios impresos, era de 20 mil ejemplares (cifra que no debe ser diferente en estos días) y su variación oscilaba entre 360 000 ejemplares diarios (El Esto) a 3 mil ejemplares, caso encontrado en diversos diarios de provincia. (21).

La prensa mexicana y particularmente la del interior de la República se encuentra notoriamente atomizada. Es raro un diario de circulación generalizada dentro del mismo estado donde se edita. ¿A qué motivos se debe esta situación? ¿Porqué no circulan "grandes diarios" en el país.

El problema no puede ser explicado por la incapacidad de inversión de varias empresas periodísticas, pues hay cadenas como Organización Editorial Mexicana compuesta por 58 periódicos en todo el país, Novedades Editores (8 periódicos), revistas de todos géneros o periódicos como Excelsior, el cual distribuye notas, artículos, columnas, etc., a un gran número de periódicos en el país, lo cual señala una nueva dirección al problema. Además, entre estos organismos, las agencias internacionales y nacionales de prensa y las agencias comerciales de

representantes periodísticos aseguran la uniformidad de la información de carácter nacional e internacional. Por ello, los "grandes diarios" no lo son porque tengan una circulación nacional sino porque sus criterios de trabajo y su información si cubren todo el territorio nacional. La cobertura se lleva a cabo por mecanismos mercantiles, lo cual implica que los organismos con mayor infraestructura y capacidad en ventas son los que extienden su opinión por encima de los demás.

En una muestra de 50 diarios editados en la última semana de mayo de 1981 y representativa de los 31 estados de la República, ninguno tenía corresponsales fuera de su localidad, es decir, todos recibían (¿compraban?) la información de fuentes asentadas en el DF y de agencias internacionales. Las fuentes informativas de carácter nacional más citadas fueron las que a continuación aparecen:

Excelsior	15 periódicos.
Lemus	6
ADI	5
OEM	5 (de la cadena)
Notimex	4
AEE	3
Cisa Proceso	3
Informex	2
Avance DF	2
CGCS	2

FUENTE: Muestra de diarios de provincia, mayo de 1981.

De lo anterior se desprenden algunas conclusiones: la atomización de la prensa es de carácter comercial y no informativa. El origen de la información siempre es en las grandes organizaciones periodísticas del DF y los "grandes diarios" adquie

eren el calificativo no por sus tirajes sino por su influencia a través de la mercantilización de la información. Los diarios de información general con mayores tirajes declarados en 1981 eran: Excelsior, 160 mil ejemplares diarios; El Heraldó de México, 185 mil; Novedades, 190 mil; El Universal, 171 mil y La Prensa, 298 mil. (22).

La atomización comercial (y su contrapartida, la dependencia informativa no local) se explican en relación al desarrollo económico del país, a las fuentes de financiamiento de la prensa así como por el manejo político implicado en el manejo de los diarios.

La existencia de una economía nacional que determina en términos relativos las formas y niveles de crecimiento de todos los sectores productivos, comerciales y de servicios a través de la política económica dirigida por el Estado y los monopolios financieros e industriales, no contradice la subsistencia de pequeños circuitos productivos regionales. Este doble aspecto de la economía ha sido fiel reflejo de la convivencia de las grandes empresas monopólicas, privadas o estatales, con un sinnúmero de pequeños propietarios agrícolas, comerciantes y pequeños industriales sin capacidad de sobrepasar mercados muy localizados. Ello repercute directamente en las características de la demanda de fuerza de trabajo y en la demanda de ésta de mercancías acordes a su nivel de ingresos.

Además, las diferencias sociodemográficas, climáticas y culturales implican una diversidad de bienes necesarios en cortas distancias. Los fertilizantes y los insecticidas, por ejemplo, deben tener características diferentes de una zona a otra.

Como ya se señaló anteriormente, la principal fuente de financiamiento de la prensa nacional está constituida por la publicidad y la propaganda. En tanto empresas, los periódicos cuidan la obtención de un mínimo de ganancias y resulta, sobre todo en provincia, más rentable la existencia de periódicos

con una mínima zona de influencia para posibilitar costos módicos para la publicidad de éstos pequeños empresarios (el precio de una plana se cotiza por el tiraje de un periódico fundamentalmente; mientras menos ejemplares se editen, más barato resulta insertar publicidad). Un ejemplo: en el estado de Guanajuato, Organización Editorial Mexicana edita 7 diarios con tirajes declarados de 8 mil a 30 mil ejemplares. ¿Porqué no editar sólo un diario con una tirada superior si los 7 contienen casi la misma información?

Aparentemente hay una contradicción, pues el razonamiento anterior puede señalarse como válido únicamente para las cadenas periodísticas y no para los periódicos que existen por sí mismos, pues un empresario de la prensa poseedor de un sólo periódico intentaría agrandar su zona de influencia para acumular mayores ganancias y por esa vía asegurarse el financiamiento de anunciantes más poderosos.

En realidad la contradicción no existe porque, en tanto empresarios, éstos propietarios se ven envueltos en la maraña de la relación costo-beneficio. Ya hemos visto como existe desde 1960 una tendencia en el sector prensa a reducir personal y a disminuir inversiones (en otros términos, una descapitalización). Muchos de los periódicos que circulan en el país (además de estar subsidiados por la publicidad gubernamental) ni siquiera tienen talleres, sus oficinas suelen ser un simple despacho y los reporteros cumplen funciones de redactores y hasta de armadores. O son empresas sin la menor capacidad de inversión o de plano no les conviene crecer porque ello resultaría en crear un nuevo periódico. Así, las noticias dejan de ser producidas por ellos mismos y las convierten en materia prima indispensable para difundir publicidad y propaganda. La atomización de la prensa es el principal soporte para la mercantilización de la información. La noticia deja de ser el ob-

jetivo del quehacer periodístico y se convierte en una materia prima más.

Primero es la imposibilidad de cualquier periódico de venderse a su verdadero valor, lo cual obliga a vender espacio para la inserción de publicidad. Segundo, la publicidad subordina los flujos de información llegando, en ocasiones, a convertirla en un vehículo indispensable para hacer llegar los anuncios al público lector.

Por esa vía, la de la libertad de compra y venta disfrazada de libertad de expresión, la noticia, la información y la opinión, se convierten en armas de coquetería para satisfacer los intereses de los anunciantes (Estado e iniciativa privada), pasando a formar parte del acervo de dominación de las clases en el poder (a la cual pertenecen la mayoría de los editores).

La imposibilidad de vender un periódico o una revista informativa a su valor, haciendo obligatoria la venta del espacio con que cuenta, es la principal limitación para la existencia de una prensa independiente, no vinculada ni al Estado ni a la iniciativa privada, capaz de transmitir la información desde la perspectiva de las clases mayoritarias y de ejercer una oposición crítica y creadora de alternativas a las políticas del gobierno. Basta con suspender la publicidad a un órgano informativo para que éste, instantáneamente, entre en una situación en la cual su sobrevivencia penda de un hilo.

La crisis económica ha acentuado el problema, pues las inevitables alzas en los precios de los periódicos, del espacio propagandístico y las múltiples opciones existentes para anunciarse, están ocasionando una disminución de la demanda informativa. Un buen sector de la población prefiere informarse a través de la televisión. Esto, sin duda, creará un ambiente de competencia nunca conocido en el medio y, por otra parte, una mayor dependencia del sector respecto al Estado y la iniciativa privada. Mientras su discurso sea más apegado al veredicto

to oficial y de los detentadores del poder económico, más ingresos podrán asegurar los periódicos. La estructura del periodismo nacional puede permitir que la crisis concentre aún más la información y lo que es peor, la convierta en un único punto de vista, acrítico por naturaleza.

A partir de los planteamientos anteriores no pueden desprenderse conclusiones tajantes y decir que en México no hay la menor crítica en la prensa, que ésta no posee el mínimo espacio para tomar decisiones, etc. La complejidad de la relación política prensa-Estado ha dado por resultado la existencia de ciertos periódicos y opiniones donde se han asumido posiciones de relativa independencia.

Sin embargo, en términos generales, la afiliación de la prensa a los intereses de sus anunciantes ha sido lo predominante. Basta con recordar, por ejemplo, la violenta oposición manifestada en contra de reglamentar el artículo 6° constitucional (Derecho a la Información) partiendo de la descalificación apriori del proyecto cuando no de su artera deformación. ¿Acaso en esa campaña hubo imparcialidad? ¿Acaso la prensa defendió el interés de todos los mexicanos? ¿Acaso no pasaron por alto el debate ocurrido en la Cámara de Diputados?

La atomización comercial de la prensa nacional se ha acompañado, como ya se señaló, de un proceso paralelo y opuesto: la concentración en cuanto al origen y elaboración de la información y la creación de poderosas empresas periodísticas o distribuidoras de noticias, artículos y publicidad que han demostrado tener claras características monopólicas en el terreno de la comunicación. Es interesante, sin embargo, la inexistencia de un modelo único de gran empresa periodística. Prevalece, por el contrario, una amplia gama de ramificaciones, formas de expansión y vinculaciones con el Estado y otras empresas -- particulares. De hecho, sólo opera una cadena periodística de

importancia (Organización Editorial Mexicana). Puede afirmarse que el dominio en relación a todo el sector se ejerce por métodos indirectos.

Sin embargo, es necesario ubicar a cuánto ascienden los ingresos por concepto de publicidad, quiénes son los principales anunciantes y cuáles son los mecanismos de inserción de la publicidad en los diferentes diarios del país.

Las tarifas para la inserción de propaganda se establecen de acuerdo al tiraje de cada periódico, al espacio que ocupen, al lugar o sección donde se publiquen y a otros factores técnicos (colores, letras, etc.). Un anuncio en una plana impar interior es más caro que uno publicado en plana par. La última plana de cada periódico o sección se cotiza mejor que cualquier otra. Hay anuncios que ocupan 2 planas, 1 plana, la mitad, una cuarta parte o menos. Hay otros que se cobran por letra o línea gata (sobre todo en los "avisos de ocasión"). Cabe destacar que las inserciones no comerciales, es decir, de carácter político, se cobran a mayor precio, llegando casos en los cuales el costo es el doble. Ello es una limitación más para las organizaciones políticas, sindicales y sociales no dependientes del gobierno o la iniciativa privada e implican el reconocimiento de un criterio selectivo por parte de la prensa hacia los anunciantes. En la práctica, el resultado ha consistido en relegar la voz de estas organizaciones a unos cuantos periódicos, pues se da el caso extremo de periódicos que se niegan a insertar dichos desplegados.

No toda la publicidad y propaganda es publicada en forma de anuncio. Varias inserciones pasan como noticias teniendo al calce las iniciales IP (inserción pagada) o se publican en un recuadro o, de plano, no les ponen nada. Tal es la forma clásica en que gobernadores, secretarios de Estado, directores de instituciones o empresas publican sus labores, se autoalaban incluso. Esa práctica, muchas veces corrupta, no suele ser fre

nada por los periódicos, pues implica el cierre de valiosos ingresos. En este caso, el vendedor no domina su mercado y así se establece un infalible puente unilateral entre gobernante y lector.

Las tarifas de Novedades hasta enero de 1981 fueron las siguientes. (23)

Plana par interior	\$57 000.°°
Plana impar interior	61 500.°°
Plana en última sección	63 850.°°
Plana avisos sorteos	68 500.°°
Plana no comercial oficial o política, interior	90 000.°°

CUADRO XIII

INGRESOS POR PUBLICIDAD EN DIARIOS DE LA CIUDAD DE MEXICO.

DEL DIA 24 AL 30 DE MAYO DE 1981.

(PESOS)

PERIODICO.	INGRESOS
Excelsior	12 354 074
El Heraldó	7 767 074
Novedades	7 255 904
El Universal	6 150 483
El Sol de México	4 594 182
Uno más Uno	3 129 803
El Nacional	2 515 640
La Prensa	2 257 999
Ovaciones	1 962 688
Diario de México	1 942 149
El Día	1 595 595
Esto	1 456 238
TOTAL	53 009 339

FUENTE: los propios diarios y Directorio de Medios Impresos

La semana contabilizada en el cuadro no se distingue por su comercialidad; no hay fechas como el día de la madre o navidad, que sean perturbadoras. Si aceptamos como promedio de facturación semanal 50 millones de pesos, tenemos que en 1981, sólo los diarios del DF tuvieron un ingreso publicitario de alrededor de \$2 600 millones y que Excelsior, por ejemplo, alcanzó una cifra mayor a 600 millones de pesos en el mismo lapso. Cuesta trabajo imaginar la facturación de Organización Editorial Mexicana si tan sólo uno de sus periódicos insertó publicidad por más de 225 millones en 1981. Por el contrario, periódicos de provincia con tirajes menores a 10 mil ejemplares y un máximo de 16 páginas no han de facturar ni 200 mil pesos semanales (hablamos de precios de 1981).

¿Quiénes se anuncian? En una investigación realizada por Aguilar Plata en 8 periódicos diarios de la ciudad de México, encontró que la 20 empresas que más pagaron por publicidad fueron: El Puerto de Liverpool, El Palacio de Hierro, Sears Roebuck, Televisa, París Londres, Comercial Mexicana, Aurrerá, Suburbia, Sanborns Hnos. Canal 13, Gigante, Almacenes De Todo, Lotería Nacional, Pedro Domeq, Almacenes Astor, Salinas y Rocha, Banca Serfin, Comisión Federal de Electricidad, Volks Wagen de México y Organización Radio Fórmula (hoy parte de los organismos comunicacionales del Estado). Esta relación probablemente no sea constante. A fin de año suele incrementarse la publicidad automotriz, bancaria, turística y de aparatos y equipo de uso doméstico. Sin embargo, la afluencia publicitaria, independientemente de las firmas, corresponde a giros suntuarios y de propaganda gubernamental.

En el recuento de periódicos de provincia efectuado en mayo de 1981 encontramos las siguientes firmas: Salinas Y Rocha, Volks Wagen, Asociación Nacional de Distribuidores de Automóviles, Grupo Industrial Saltillo, Pepsi Cola, Coca Cola, Banamex, Adidas, Bancomer, Lotería Nacional, LACSA, ADO. Cabe destacar

que en el caso de periódicos fronterizos de Tamaulipas, Coahuila, Chihuahua y Baja California Norte, la publicidad de tiendas departamentales estadounidenses ocupaba un espacio de considerable magnitud. Seguramente la crisis económica, de singular virulencia en la frontera, haya modificado el esquema.

En cuanto a la publicidad no comercial, destacó la efectuada por empresas y organismos estatales y paraestatales: PEMEX, CFE, Fertimex, Lotería Nacional, IMSS, ISSSTE, FONAPAS, etc. Abundan los desplegados de apoyo publicados por sectores afiliados al PRI, inserciones de los gobiernos de los estados, convocatorias y desplegados de las diferentes universidades, las campañas del Consejo Nacional de la Publicidad y desplegados partidistas y sindicales.

La propaganda y los desplegados políticos suelen seguir ciclos enfáticamente coyunturales. Campañas electorales, huelgas, conflictos políticos, etc. ocasionan un incremento en este tipo de inserciones. La sucesión presidencial de 1982 provocó un notable incremento en los ingresos de la prensa por concepto de la venta de su espacio.

Los fines de semana suele incrementarse la publicidad de fraccionamientos y condominios, los cuales en su gran mayoría están vinculados a poderosos grupos del ramo de bienes raíces o a la banca. Por último, se encuentra aquella gran masa de anunciantes de ocasión y que en conjunto constituyen una cuota constante de espacio en los periódicos.

La publicidad comercial de bienes y servicios se halla completamente orientada al consumo, generalmente suntuario, y corresponde en su mayor parte a poderosas empresas, algunas de ellas transnacionales. Tiendas departamentales, bancos (ahora nacionalizados), automóviles, turismo, bienes raíces, tabacos, bebidas (alcohólicas algunas), medios de comunicación, restaurantes, relojes, aparatos domésticos y electrónicos son los dominantes. Casi todos los anunciantes representaban empresas de

tipo monopólico o de compañías vinculadas a grupos industriales o financieros. En su conjunto han constituido una vigorosa fuerza capaz de presionar a la mayoría de los periódicos para adoptar criterios editoriales específicos. Sin ellos, la prensa nacional no podría subsistir por mucho tiempo (a menos que el Estado subsidiara completamente a la prensa, lo cual, en nuestros días está difícil). En abril de 1981, por ejemplo, Televisa decidió retirar su publicidad de El Universal porque éste publicó algunos artículos del expresidente Echeverría en los que atacaba a los monopolios de la comunicación social en México. El asunto no pasó a mayores, pero el precedente existe y en algún momento puede llegar a mayores magnitudes. La iniciativa privada no piensa en derechos cuando de evitar publicaciones se trata y lo ha demostrado varias veces (hay que recordar la actitud de CONCANACO frente al "Pequeño Libro Rojo de la Escuela" en 1975; la cámara ordenó a sus afiliados sacarlo de la circulación.).

En el contexto de la propaganda no comercial se distingue el Estado, su partido político y las organizaciones dependientes o allegadas a ellos como los principales consumidores de espacio periodístico (sin considerar que son las principales fuentes de información). Buena parte de ese espacio comprado tiene por objeto la adulación, la autopublicitación así como el ataque. Otra parte tiene por objeto, debe decirse, informar sobre actividades, servicios, campañas educativas, sanitarias, de recaudación impositiva, etc. En realidad, un buen porcentaje del espacio adquirido por el Estado y las organizaciones afines a él no son, aparentemente, necesarias; tienen como objeto real funcionar como un subsidio a la prensa, lo cual constituye un enorme poder de negociación e incluso de imposición en determinados sentidos (por lo menos en lo relativo a la imagen estatal). A través del intercambio mercantil (y de la corrupción del periodista) el Estado logra dirigir y emitir

la información de acuerdo a los criterios establecidos por su política y crear una opinión pública favorable a él. Tan eficaz ha sido el mecanismo, que el Estado no se ha preocupado demasiado por tener un órgano de expresión impresa de mayor importancia que El Nacional. Este periódico posee una mínima influencia (sólo tiraban 21 mil ejemplares diarios en 1981), lo cual constituye una decisión gubernamental no tomada a la ligera. Así, por conducto del financiamiento basado en la publicidad se estructura el espacio a través del cual se mueve la prensa mexicana, espacio lo suficientemente amplio como para cobijar concepciones teóricas y políticas divergentes, no siempre de derecha recalcitrante, pero lo suficientemente cerrado como para establecer un certero control de los flujos informativos, donde la imagen de la acción estatal es prácticamente única. En los hechos, para fundar un nuevo periódico hay que -- contar con la venia del Estado, pues de lo contrario el financiamiento resulta imposible, pues si no hay publicidad no hay donde ni como adquirir papel, maquinaria y pagar salarios.

Como el control de la prensa (podría decirse funcionalidad de la prensa) se ejerce a través de mecanismos económicos, en primera instancia, el papel jugado por la censura, entendida ésta como coacción extraeconómica, imposición capaz de llegar al uso de la violencia, es de carácter secundario y existe más como una posibilidad extrema que como una costumbre o práctica institucionalizada. El caso de Proceso y de Crítica Política consistió fundamentalmente en retirar la publicidad, la relación comercial. El periodismo mexicano se ha amoldado a tal grado a las reglas impuestas por el Estado y la iniciativa privada, que da la sensación de operar un reglamento específico, escrito, el cual es fielmente acatado a cambio de un espacio político de influencia manifiesta entre determinados sectores de la población. Así las cosas, ¿para qué preocuparse por un proyecto de reglamentación de la comunicación social si la

dirección de los flujos informativos ya está garantizada por un estilo de vida y de periodismo avalado por el Estado?

La publicidad, como buena mercancía, es distribuida por empresas especializadas para alcanzar mayores promedios de venta. El anunciante, en lugar de ir periódico por periódico, acude a un representante periodístico, el cual distribuye entre sus afiliados el anuncio en cuestión a cambio de un porcentaje del precio al cual se publique el anuncio. Del total de 403 periódicos en circulación, sólo 52 no están afiliados a agencias de representantes y de esos 52, 30 corresponden al DF. Más del 90% de los periódicos de provincia consiguen la publicidad de influencia o alcance nacional y una buena parte de sus noticias por medio de agencias de representación periodística.

Las agencias son empresas intermediarias de la información y la publicidad y tienen la virtud de haberse constituido como un modelo empresarial con franca tendencia al dominio y control de la prensa mexicana. Su función consiste en reducir costos a los periódicos del interior de la república por la vía de asegurar cierta cuota de publicidad y evitar el engorroso proceso de producir información, es decir, hacer periodismo. En ocasiones, la información y la publicidad que aparecen en uno de estos periódicos, provenientes de agencias nacionales e internacionales, ocupan hasta el 70 u 80% del espacio del mismo. De esta manera, los periódicos de provincia sólo pueden instrumentar una política editorial de carácter local y tienen que sujetarse a las políticas y posiciones ideológicas de sus proveedores, acentuando la centralización y dominio de los pocos productores informativos.

¿Puede un periódico de este tipo prescindir de las agencias? En realidad, no. Mientras siga prevaleciendo la línea de no producir información, la gran masa de los periódicos mexicanos no dejará de ser una simple intermediaria entre el centro

y la provincia, pues además es muy escasa la información que ellos mandan a la capital. Estos últimos, generalmente publican información de la provincia a través de corresponsales o de enviados especiales. El Sol de México recibe su información de los demás miembros de la cadena OEM. En síntesis, los diarios capitalinos prescinden de las agencias de representación.

Para agosto de 1981 operaban en el país 20 agencias de representación periodística. Son las siguientes:

1.- Rodrigo Lemus, SA. Representante de 24 periódicos en todo el país.

2.- Somer División Prensa. Representan 5 periódicos en el DF (Estadio), estado de México (Rumbo) y Nuevo León. Esta empresa opera estaciones de radio y televisión y, entre sus principales accionistas se encuentra Anuar Maccise, quien también participa en el fútbol de primera división con el equipo Neza (y antes en el Atletas Campesinos).

3.- Agencia Informativa de Publicidad. Representa a 5 periódicos de la zona fronteriza de Nuevo León y Tamaulipas.

4.- Asociación de Diarios Independientes. Representan a 3 diarios de Irapuato, León y Tampico (los tres se llaman Heraldo y tienen el mismo formato del Heraldo de México).

5.- Asociación de Editores de los Estados. Representa a 8 diarios de los de mayor tiraje en provincia como El Informador de Guadalajara, El Siglo de Torreón y El Diario de Yucatán.

6.- Novedades Editores. Representa a sus 8 periódicos de provincia y la zona metropolitana de la ciudad de México.

7.- Agencia Mexicana de Información (AMI). Representa 41 periódicos a lo largo del país; la mayoría se editan en el norte y noroeste de la República.

8.- Prensa Nacional Asociada (PRENASA). Representa 45 periódicos de provincia. Todos ellos se editan con tirajes pequeños.

9.- Consejeros Técnicos en Publicidad y Estadística repre

senta a 4 periódicos de la franja fronteriza de Baja California Norte.

10.- Central de Emisoras de Provincia representa a 19 periódicos de la provincia.

11.- Organización Editorial Mexicana (OEM). Cincuenta y siete diarios y un semanario (El Sol del Campo; 1 millón 200 mil ejemplares). Más adelante se entra en detalles.

12.- Central de Prensa y Cinematografía. Representa 18 periódicos.

13.- Agrupación Nacional Periodística. 3 periódicos.

14.- Lázaro Villagrán Reynoso. 2 periódicos de Colima.

15.- Editores de Comunicación. Boletín Financiero (DF).

16.- Cadena Avance. Se compone de 5 periódicos diarios en Acapulco, Chilpancingo, Villahermosa y DF. En 1981 era dirigida por el locutor Fernando Alcalá.

17.- Blanca Margarita Molina. Objetivo (Estado de México)

18.- Faustino Castro. Gufa de Michoacán.

19.- Central de Anuncios Telefónicos. La Voz de Morelos.

20.- José Manuel Mendoza A. El Observatorio de Nayarit.

FUENTE: Directorio de Medios Impresos y entrevistas.

El 41.6% de los periódicos en circulación dentro del país se encuentran ligados tan sólo a 4 firmas: Lemus, AMI, PRENASA y OEM. Sólo el 10% de los periódicos no se encontraba (en 1981) vinculado a ninguna agencia o formaba parte de una cadena periodística. El porcentaje, desde la perspectiva de la provincia, se reduce más cuando se sustraen los periódicos con sede en la ciudad de México.

Las agencias de información y representación constituyen el mecanismo ideal para lograr una unificación de la información que circula a lo largo del territorio nacional. Sin embargo, es preciso aclarar que un periódico no se encuentra obligado a utilizar los servicios de una sola agencia. Pueden utili-

zar varias y de hecho lo hacen, sobre todo en lo relativo a la información noticiosa. Lo fundamental, en todo caso, es la conversión de la noticia en mercancía, dejando de ser parte de un flujo democrático de información para convertirse en instrumento de dominación. Las noticias suelen ser tan filtradas que en lugar de informar, deforman. Se otorga mayor importancia a una fiesta de personalidades que a la lucha de un movimiento obrero o campesino. Son tan pocos los que distribuyen información a la provincia que hasta resulta irónico hablar de libertad de prensa. Mientras no se democratizen las condiciones para producir y distribuir noticias, no puede pensarse en la existencia del llamado Derecho a la Información. Mientras no se desmercantilice la noticia, la marginación política seguirá reinando y la participación de las masas permanecerá como una promesa demagógica más. Por eso, para la consolidación de un movimiento opositor de masas, la lucha por ganar un espacio en la emisión de mensajes y dotar de condiciones materiales para la comunicación social a todos los sectores de la sociedad mexicana, es una lucha central, pues ya está demostrado que por parte del Estado hacer realidad el artículo 6° constitucional no es un asunto fácil ni garantizado.

¿Cuáles son las principales empresas y organizaciones periodísticas que operan en el país? Como se verá en seguida, la formación de monopolios informativos no se ha dado en relación a la propiedad de muchos periódicos solamente. La distribución de noticias es nacional y el campo en donde participa la prensa ya no es únicamente el impreso. Hasta el momento, sólo se ha detallado lo relativo a las agencias de representación. Las que siguen, con excepción de la cooperativa Excelsior, presentan característica monopólicas evidentes. (25).

1.- El Heraldó de México. Fundado en noviembre de 1965, - éste periódico refleja firmes posiciones de derecha y de defenen

zar varias y de hecho lo hacen, sobre todo en lo relativo a la información noticiosa. Lo fundamental, en todo caso, es la conversión de la noticia en mercancía, dejando de ser parte de un flujo democrático de información para convertirse en instrumento de dominación. Las noticias suelen ser tan filtradas que en lugar de informar, deforman. Se otorga mayor importancia a una fiesta de personalidades que a la lucha de un movimiento obrero o campesino. Son tan pocos los que distribuyen información a la provincia que hasta resulta irónico hablar de libertad de prensa. Mientras no se democratizen las condiciones para producir y distribuir noticias, no puede pensarse en la existencia del llamado Derecho a la Información. Mientras no se desmercantilice la noticia, la marginación política seguirá reinando y la participación de las masas permanecerá como una promesa demagógica más. Por eso, para la consolidación de un movimiento opositor de masas, la lucha por ganar un espacio en la emisión de mensajes y dotar de condiciones materiales para la comunicación social a todos los sectores de la sociedad mexicana, es una lucha central, pues ya está demostrado que por parte del Estado hacer realidad el artículo 6º constitucional no es un asunto fácil ni garantizado.

¿Cuáles son las principales empresas y organizaciones periodísticas que operan en el país? Como se verá en seguida, la formación de monopolios informativos no se ha dado en relación a la propiedad de muchos periódicos solamente. La distribución de noticias es nacional y el campo en donde participa la prensa ya no es únicamente el impreso. Hasta el momento, sólo se ha detallado lo relativo a las agencias de representación. Las que siguen, con excepción de la cooperativa Excelsior, presentan característica monopólicas evidentes. (25).

1.- El Herald de México. Fundado en noviembre de 1965, - éste periódico refleja firmes posiciones de derecha y de defensa

sa de los empresarios y los ahora exbanqueros. (En su edición del dos de septiembre de 1982, cuando informa de la nacionalización bancaria y el control generalizado de cambios, publicaron en recuadro una pequeña foto de López Portillo que daba la sensación de encontrarse en un ataúd). El diario es propiedad de la familia Alarcón y las acciones, de acuerdo al registro público de la propiedad, estaban distribuidas en 1981 de la siguiente manera:

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

En el periódico trabajaban 500 personas aproximadamente y declaran un tiraje diario de 185 mil ejemplares. También editan El Heraldó de México en Puebla (43 mil ejemplares diarios). Además de tener corresponsales en las principales capitales de el mundo, reciben los servicios de AP, AFP, UPI, EFE, LATIN, - ANSA, CTK y DPA.

En 1981, El Heraldó de México tenía relaciones con el Grupo Financiero Internacional, Industria Automotriz, poseen cadenas de salas cinematográficas y estaban vinculados con Carté - Blanche (tarjeta de crédito) y Citrus Productos de México. Recientemente, con la crisis del grupo Alfa, adquirieron el 25% de las acciones de Televisa SA, con lo cual aseguran su participación en todos los medios de comunicación masiva y se emparentan con Novedades Editores.

2.- Compañía Periodística Nacional: El Universal. Fundado en 1916, El Universal contaba en 1981 con un capital de 100 millones de pesos. El presidente del consejo y director general es Juan Francisco Eloy Ortiz. Tiene una circulación diaria de 171 mil ejemplares y proporciona empleo a 1 500 personas. Edita un diario vespertino: El Universal Gráfico. Utiliza, para su información internacional, los servicios de UPI, AFP, EFE, ANSA, IPS, PL y NEA.

El Universal guarda relación con la Compañía Vitivinícola de Aguascalientes (vinos de mesa y brandies).

3.- Excelsior. Fue fundado en 1917 y a los pocos años se convirtió en cooperativa. Para 1981 se calculaba en 1 219 el número de cooperativistas; además, había 170 trabajadores de carácter eventual. Desde 1976 la cooperativa es dirigida por Regino Díaz Redondo. Diariamente se publican, además de Excelsior, dos ediciones de Ultimas Noticias. El tiraje de Excelsior en 1981 era de 180 mil ejemplares y aseguraban contar con cien mil suscriptores. . Además de contar con varios correspondientes en el extranjero, utilizan los servicios de AP, AFP, DPA, EFE, Latin-Reuters, PL, ANSA e IPS.

En ese mismo año, la cooperativa publicaba las revistas - Jueves de Excelsior, Revista de Revistas y Plural. Han tenido programas en televisión y editado algunos libros. La cooperativa es propietaria del fraccionamiento Paseos de Taxqueña.

4.- Novedades Editores. Antes Publicaciones Herreras, Novedades editores aparece como tal en febrero de 1977 con un capital social de 150 millones de pesos. La distribución de las acciones según el Registro Público de la Propiedad fue la siguiente:

Rómulo O'farril Senior (muerto en 1981)	257 440
Rómulo O'farril Junior	250 816
Miguel Alemán Velasco (de Televisa)	224 576
Víctor Hugo O'farril Avila	38 368
Fernando Canales Lozano	28 000

Esta empresa edita diariamente los siguientes periódicos: Novedades de Campeche, Diario de la Tarde, The News, Novedades, Novedades de Acapulco, Novedades Area Satélite, Novedades de Puebla y Novedades de Quintana Roo. Además publican fotonovelas y cómics de los personajes de Hanna-Barbera.

Novedades de México declaraba en 1981 un tiraje de 120 mil ejemplares diarios. En la empresa laboraban aproximadamente 2 000 personas y su información internacional provenía de

corresponsales y de las agencias AFP, AP, EFE y UPI.

Novedades editores está relacionada casi exclusivamente con empresas de la comunicación. La excepción son las distribuidoras Volks-Wagen. Se puede mencionar a: Editorial Mex-Abril, Editorial Novaro, Televisa y la XEQ. Como puede observarse, su crecimiento ha sido horizontal, dentro del ámbito de la comunicación.

5.- Organización Editorial Mexicana. Esta empresa es creada en abril de 1976. Con anterioridad, OEM había sido propiedad del General García Valseca, su fundador. En 1972 pasa al poder del gobierno quien al final de cuentas lo deja en manos de Mario Vázquez Raña, su actual director. Organización Editorial Mexicana edita El Sol de México, El Esto (diario de carácter deportivo y con mayor tiraje de todos; 360 mil ejemplares diarios) y 56 periódicos más que circulan en gran parte del país; uno de ellos se edita en El Paso, Texas.

Independientemente de los nexos, estrechos o no, de Vázquez Raña con el expresidente Echeverría, la propiedad de la cadena periodística regresó a manos privadas. Quedó claro que la política del Estado hacia la prensa no implica la necesidad gubernamental de poseer medios informativos de carácter impreso como algo fundamental. Más bien, manteniendo formalmente una relación de independencia es como el Estado y sus funcionarios garantizan los límites de divulgación en la información.

Vázquez Raña, además de ejercer un virtual control sobre el deporte amateur en México, es dueño, junto a su familia, de las tiendas de muebles y aparatos para el hogar "Hermanos Vázquez". La cadena de periódicos representaba en 1981 el 14% del total en circulación en el país. Por su extensión y cobertura, la información despachada por OEM debe ser la fuente noticiosa con más lectores en México.

La concentración de la propiedad y el poder a nivel de comunicación social salta a la vista. El dominio de los medios - de comunicación en México y, particularmente los impresos, recae en manos de unas cuantas empresas, las cuales tienen estrechos vínculos entre si, de tal manera que tales intereses comunes no sólo alcanzan una proyección nacional, sino que acaparran un gran porcentaje de los mensajes diariamente transmitidos en el país. Los medios y las empresas de comunicación social com mayor penetración y publicidad a su alcance son propiedad de unos cuantos defensores de los intereses más reaccionarios.

Al caer la información y la divulgación impresa en el terreno del mercado, la libertad de expresión e imprenta pasan a formar parte de intereses que jamás van a permitir una reglamentación capaz de regresar la transmisión y producción informativas a un orden democrático, plural y representativo. Para ellos -los magnates de la comunicación- libertad de expresión es sinónimo de libertad de compra y venta, un acto unilateral de quien tiene y nunca la posibilidad de difundir nacionalmente los planteamientos, peticiones y demandas de las organizaciones sociales y grupos políticos que actúan y representan - los intereses de las clases sociales mayoritarias.

Para ellos, libertad de expresión no es más que un derecho individual y no están dispuestos a aceptar el ejercicio de tal libertad como una manifestación política, con el concurso de verdaderas fuerzas sociales capaces de abrir perspectivas alternas en el uso de los medios, la dirección de la economía y la democracia política.

En ese sentido, por su propia intransigencia, su acción y la incapacidad del Estado para lograr coherencia entre su politica de comunicación y sus planteamientos de Reforma Política, son los propios monopolios de la comunicación quienes han patentizado que la democratización de la comunicación social en

México debe ser uno de los pilares en la lucha de la izquierda.

La brutal campaña en contra del Derecho a la Información tuvo su base de acción teórica y política en la prensa así como al Estado y su silencio final como cómplice. Quedó claro - que el Estado no puede garantizar en lo más mínimo la devolución de la comunicación social a sus productores reales y receptores, pues los intereses de sus mercantilizadores le son más afines para su conservación en el poder. Tomar la posición de respetar el derecho de expresión tal como existe hoy - en día no es más que aceptar y garantizar la vida de los monopolios de la comunicación. En última instancia, tal posición implica la aceptación de la posición contraria: el carácter actual en la producción y distribución de la información es uno de los mecanismos para el ejercicio de la dominación política de una clase minoritaria sobre el conjunto de la sociedad mexicana.

C.- Subliteratura.

El universo de la subliteratura además de ser muy complejo es en extremo heterogéneo. Además de las historietas (cómic y fotonovela), lo componen todos los géneros de revistas posibles. Sin embargo, entre las historietas y los otros géneros hay una diferencia: el uso de la publicidad. Aun cuando las historietas contienen algunos anuncios. éstos no son necesarios para financiarlas, pues en la venta aseguran su propia reproducción económica. Por eso, al tratar los otros géneros (los que precisan de la inserción de publicidad), se obviarán muchos aspectos ya tratados en el apartado correspondiente a la prensa.

Para julio de 1981, el universo subliterario en términos cuantitativos era el siguiente:

CUADRO XIV
SUBLITERATURA.

HISTORIETAS			REVISTAS		
		%			%
Cómic	245	49	Femenina	41	8.2
Fotonovela	23	4.6	Cultura	41	8.2
Novela Escrita	4	0.8	Entretenimiento	16	3.2
Total	272	54.5	Eróticas	7	1.6
			Espectáculos	9	1.8
			General	25	5.0
			Musical	11	2.2
			Deportes	26	5.2
			Especializadas	41	8.2
			Infantil	7	1.6
			Turismo	2	0.4
			Nota Roja	1	0.1
			Total	227	45.5

FUENTE: Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia de la República.

En el contexto de los medios impresos, la subliteratura - es el medio de mayor consumo y aceptación por parte del mexicano. Los tirajes alcanzados por el cómic son muy superiores a los del conjunto de la prensa y, obviamente, del libro. Además de ser el género con mayor índice de consumo, la subliteratura, salvo algunas excepciones, requiere de un esfuerzo intelectual mínimo; no implica una lectura diaria ni ordenada, tiene el apoyo de las imágenes, no suele contener textos complejos y el lenguaje utilizado generalmente es coloquial (26). Por esa facilidad y porque su consumo si es popular, la subliteratura es el género que en su contenido y en su publicidad, resulta más transnacional y proimperialista.

La mayoría de los cómics, artículos de revistas para mujeres, revistas musicales, deportivas, de entretenimiento y hasta algunas de carácter general (Selecciones), son traducciones de productos elaborados en Estados Unidos o, por lo menos, historias con personajes creados y popularizados en aquel país.

El cuadro anterior muestra que los 3 géneros de mayor importancia cuantitativa son el cómic, las revistas culturales y las dedicadas a la mujer. Estas últimas constituyen un doble negocio, pues además de tener considerables ingresos por ventas, son las que en su conjunto más publicidad captan.

Los costos de producción de este tipo de revistas, excluido el papel, suelen ser menores pues, como ya se mencionó, importan una considerable parte del material que publican. Las fotonovelas, distinguidas por su pésima calidad técnica, ocupan algún guionista, un fotógrafo y actores de renombre quienes autopublicitan a las revistas. Los datos proporcionados por los censos industriales (27) en relación al escaso personal ocupado por empresa son fiel reflejo de las mínimas necesidades de las editoriales de revistas. En cambio, se sabe del uso intensivo de fuerza laboral eventual a la cual no se le proporciona ninguna prestación prescrita por la ley.

Las Revistas Femeninas. En un estudio del ILET realizado en 1979 (28) se destaca el carácter proimperialista de estas publicaciones y se demuestra que no son más que la versión en español de las revistas publicadas en Estados Unidos. Al igual que la prensa, este género percibe la mayor parte de sus ingresos por concepto de publicidad. Así, por ejemplo, los ingresos por venta y por publicidad inserta en cuatro revistas femeninas editadas en México durante un mes de 1979 fueron como a continuación se detalla: (29)

REVISTA	INGRESOS TOTALES	PUBLICIDAD	VENTAS	CIRCULACION
Claudia	5 528 857	63.3%	36.7%	101 250
Vanidades	6 137 671	45.9	54.9	165 991
Cosmopolitan	4 227 965	55.1	44.9	94 386
Buenhogar	3 429 765	31.9	68.1	116 696

Si bien los tirajes no tienen una magnitud similar a los registrados por los cómics (hasta 2 millones por semana), en términos de ingresos no hay grandes diferencias, pues además de venderse a precios superiores a las historietas, los ingresos por concepto de publicidad de las historietas en 1980, rara vez alcanzaban los 50 mil pesos por número.

En junio de 1980, los ingresos publicitarios de las revistas femeninas fueron los siguientes (30):

Cosmopolitan	\$6 116 680
Vanidades	5 936 200
Signore	3 040 307
Activa	2 951 459
Ideas	1 980 600
Buena Vida	1 324 664

La única revista de todo el universo subliterario con mayores ingresos que el Cosmopolitan fue Selecciones del Readers Di-

gest. La mayor parte de la publicidad en estas publicaciones es de productos de empresas transnacionales: cosméticos, ropa, productos para el hogar, etc. Escasa es la publicidad referida a productos o servicios no suntuarios. El porcentaje de publicidad transnacional aparecida en las revistas femeninas durante 1977 fue el siguiente (31):

Cosmopolitan	73.7%
Vanidades	74.3
Buenhogar	80.9
Kena	59.2
Claudia	77.1
Activa	69.6
Bienestar	69.8
Ejecutiva	30.8
PROMEDIO	71.7

Las cifras anteriores llevan a la idea siguiente: tratándose de subliteratura y cultura de masas, la publicidad crea al género, es decir, la existencia de bienes superfluos y su necesidad de venderse conforman la base, el sustento real para la existencia de un género que convierte a la mujer en un objeto de consumo más.

Muchos de los artículos publicados en las revistas mexicanas son importados de Estados Unidos. Publicaciones Continentales, editora de las revistas Ideas, Harper's Bazaar, Geomundo, Coqueta, Mecánica Popular, Cosmopolitan, Vanidades, Buenhogar, Hombre de Mundo, The Ring, Fascinación y Gusto y Sabor de la Cocina, se proveen con Weis Litograph Atlantic Distributing de la CBS, con el King Feature Syndicate (el cual pertenece a la cadena Hearst) y con Editorial América del bloque de armas Virginia Gardens, Florida.

El King Feature Syndicate también surte de artículos a la Editorial Mex-Ameris (Bienestar, Automundo Deportivo, Claudia,

Libro Claudia Cocina y Libro Claudia Moda y Belleza) y a la editorial Armonía (Kena, Kena Salud, Belleza y Moda y Kena Entretenimiento), la cual pertenece a la exdiputada priísta y ahora delegada política de Benito Juárez en el DF, María Eugenia Moreno.

Por último, Editorial América surte de material a Provenemex, editorial perteneciente al consorcio televisivo, que publica Activa, Tú, El Taller de las Artes y Buena Vida.

El listado anterior indica que los géneros deportivos, de espectáculos, femeninos y musicales, son virtualmente manejados por 4 editoriales; la más importante por ventas y ganancias es ediciones Continental. Caso por caso se ha repetido el mismo modelo de desarrollo: unas cuantas empresas fuertes, ligadas a otros monopolios o al capital extranjero, junto a un conjunto de pequeñas editoriales dominadas por las anteriores y sin ninguna injerencia sobre el desenvolvimiento del mercado. Papel y medios impresos responden, antes que al interés social, al interés de las ganancias. Sin embargo, en el caso de la subliteratura la evidencia de este planteamiento es tan grande que no es necesario extenderse demasiado en los comentarios. Mejor pasemos a ver cómo se manifiesta el modelo en el caso de las historietas.

Las Historietas. Las publicaciones con mayor promedio de tiraje en todo el país son las historietas. Compuestas de nueve pliegos (generalmente) y presentadas en diferentes tamaños, inundan el mercado y son consumidas por toda la población. Kalimán ("el hombre increíble") es el personaje verdaderamente invencible...en ventas. Con dos millones de ejemplares semanales, 8 al mes y 104 millones anuales, está a la cabeza del reino de los impresos. Si, Kaliman tira más ejemplares que cualquier diario del país (con sólo una excepción: El Esto). La suma de todos los cómics en un año es superior a la de todos los libros y a la de todos los periódicos. El mundo informativo está compuesto básicamente de historietas.

Cada semana, 1 millón 200 mil personas compran Lágrimas, Risas y Amor y 400 mil consumen Valle de Lágrimas. La historietta, a pesar de su relativa juventud, ha conquistado, en el pleno sentido de la palabra, al mercado nacional y está ganando poco a poco los puestos de periódicos de toda Latinoamérica. (32)

Como en casos anteriores, de todos los editores de historietas unas cuantas acaparan la mayoría de títulos. La excepción es Promotora K, pues sólo edita a Kalimán. Las editoriales siguientes editan varios títulos y están en permanente competencia por el mercado. (33).

1.- Editorial Novaro. En el apartado correspondiente a libros habíamos mencionado que en 1979 estaba catalogada como la editorial con mayor número de libros editados. Eso no es todo; también es la que mayor cantidad de historietas publica. La empresa es copropiedad de Western Publishing Company y Novedades Editores. Publica alrededor de 90 títulos equivalentes a ¡7 millones de ejemplares mensuales!. En 1979, según datos proporcionados por la Dirección General de Aduanas de la Secretaría de Hacienda, Editorial Novaro exportó revistas por un valor comercial de más de 31 millones de pesos. Para 1980 sus exportaciones ascendieron a 36 millones 976 mil pesos. Casi todas las revistas se destinaron a Hispanoamérica. La mayoría de los personajes manejados por esta empresa son de origen norteamericano y aparecen, también, en el cine y la televisión. Walt Disney, Tarzán, Supermán, Batman, Bugs Bunny, El Pájaro Loco, etc., son sólo algunos de los personajes. Editorial Novaro es propietaria de la editorial Mex-Ameris (antes Mex-Abril), la cual tiene en sus 7 publicaciones un tiraje de un millón de ejemplares quincenales.

2.- Novedades Editores. Ya en el apartado de prensa vimos a esta empresa. Sólo agregamos que edita 12 cómics, 5 fotonovelas y 4 revistas de otros géneros. Siendo prima hermana de Novaro y de Provenemex su espectro de participación en el ámbito de la comunicación social es gigantesco.

3.- Editorial Vid. Hasta 1980 esta editorial formó parte del grupo Argumentos (donde participaban EDPA, CITEM y MPV). En el momento que la asociación se disuelve, EDPA (Editorial de la Parra) funda Vid, la cual produce 24 cómics y más de ; 35 millones de ejemplares semanales! (Lágrimas y Risas entre ellos). Lo interesante de esta empresa es su rápido proceso de expansión, pues en la actualidad han incursionado en el campo de la industria hotelera a través de la cadena Kristal (Ixtapa, Cancún y la ciudad de México).

Una vez vistas las principales características del género subliterario, cabe señalar lo siguiente: las revistas de mayor circulación en el país son el principal contacto del mexicano - con los medios impresos. En ese sentido y como productos masivos en busca de incrementar su mercado, este género se ha fincado en la superficialidad y el fomento de la lectura fácil, acrítica y ahistórica. No es preciso ahondar mucho al respecto. Los trabajos realizados sobre el cómic, las revistas "femeninas", - de nota roja, fotonovela y otras son muy claros y explícitos al respecto.

A lo largo del capítulo se ha reseñado la situación económica de los medios de comunicación impresa en el país. Se ha visto que la relación entre las formas del crecimiento del sector y la democracia informativa es muy estrecha. Los intereses, la expansión de los monopolios, sus vínculos con los principales grupos de poder han influido de manera importante en la definición de sus posturas como informadores. La crisis ha afectado principalmente a quienes han definido políticas editoriales críticas, a tal grado que por el momento han quedado marginados grandes grupos de mexicanos.

La posibilidad de difundir masivamente mensajes impresos - ha quedado circunscrita a las reglas industriales y del mercado.

Intentar hacerlo obliga a la competencia, al financiamiento gubernamental y a la censura.

Ahora bien, este sector de la estructura económica nacional permite apreciar de buen grado la relación entre los procesos políticos, económicos e ideológicos, pues su campo de acción en tanto canal preponderante para la circulación de la información y la crítica, afecta sensiblemente la esfera de la organización política y la conciencia nacional. La relación establecida entre democracia (como aspiración social y necesidad de ampliar la participación política), derecho a la información y las formas de crecimiento económico, es tan estrecha que cualquier avance aislado en cada uno de los elementos citados no tiene gran significación si no se acompaña de una reforma integral. Garantizar el derecho a la información no puede entenderse sólo como el hecho de proporcionar una mayor información elaborada y estructurada desde los centros del poder político y económico. Su definición tampoco puede reducirse a la obligación del Estado para informar. Menos aun simplificarse a la simple libertad de expresión individual (que ya vimos cómo se transforma en libertad de compra y venta). No, el derecho a la información debe abarcar lo anterior y crear las condiciones para que los diversos grupos y organismos políticos y sociales, independientemente de su filiación política e ideológica, puedan hacer uso de los medios masivos y crear otros para elaborar y difundir ellos mismos su información. El derecho a la información debe cobijar la posibilidad de intercatuar a todos los sectores de la sociedad independientemente del Estado y los monopolios privados, es decir, a través de medios creados expresamente para cumplir con tal objetivo. Garantizar las condiciones económicas para lograrlo debe ser obligación del Estado.

En esa medida, el derecho a la información debe concebirse como una garantía social (más que una garantía individual), como una prerrogativa política diseñada para ampliar la vida demo

crática y para incorporar a las masas al mundo de la política - como un sujeto activo. La democracia informativa es la otra mitad de la reforma política.

El grado de monopolización y centralización en el sistema nacional de comunicación social, incluidos el papel y los medios impresos, es correlativo al de otras ramas de la producción y la injerencia del gran capital y de compañías transnacionales crece día con día. En otro nivel, ello ha permitido que la centralización del discurso sea avasalladora: los conceptos sobre la sociedad, la política, la cultura y la ideología que circulan en nuestro país son propios de la clase dominante y el Estado. Otras opiniones son marginales.

Por eso mismo, la lucha por la democracia informativa debe buscar como uno de sus objetivos prioritarios la reestructuración de la industria de la comunicación, de las formas de propiedad vigentes y las características de crecimiento del sector. Impulsar una política que limite la proliferación de monopolios papeleros y editoriales, que facilite el crédito a través de la banca nacionalizada, que cree fondos para la publicación y distribución de publicaciones no comerciales y de carácter político a nivel nacional, pueden ser medidas capaces de revertir la tendencia.

La crisis se ha convertido en un eficaz termómetro para determinar la dirección y la intensidad del nuevo proyecto de desarrollo. Una salida autoritaria, fincada en el silencio obligatorio de la oposición y los sectores que no están de acuerdo -- con la política económica, puede tener consecuencias catastróficas para el país. El único proyecto viable es aquel que impulse la pluralidad y la participación democrática. Reestructurar el marco en el que se desarrollan los medios impresos y el papel y, en general, los medios de comunicación. es un paso necesario.

NOTAS.

- 1.- La única información confiable proporcionada por la Cámara Nacional de la Industria Editorial es en relación a la balanza comercial y a los problemas del suministro de papel.
- 2.- Estas afirmaciones fueron corroboradas en una muestra de cien periódicos de provincia durante la última semana de mayo y primera de junio de 1981.
- 3.- No hay que olvidar una cosa: en la rama Imprenta y Editorial también entran negocios no incluidos en los medios impresos.
- 4.- En 1980 algunas editoriales importaron su papel; el FCE dijo haber reducido costos en 40%.
- 5.- Informe CNIE, 1974.
- 6.- Idem.
- 7.- CNIE, informe de labores, 1974.
- 8.- En 1981 la producción de papel para impresión fue de 712 648 tons. y para otros usos la producción llegó a 1 793 537; sólo el 28% de la producción papelería es para fines editoriales. Uno más Uno, 28, IV, 1982.
- 9.- Los porcentajes fueron calculados a pesos de 1960.
- 10.- En este caso no hay referencias a huelgas importantes.
- 11.- CNIE, Informes de labores 1971, 1974, 1975, 1977, 1979 y 1980.
- 12.- En un sentido vertical resulta que en México hay importación de celulosa, papel, tintas, libros, máquinas para hacer libros y hasta ¡libros!
- 13.- "La casa editorial Siglo XXI actualmente enfrenta la pérdida de mercados en Sudamérica por el problema de la devaluación, la carencia de estímulos a la exportación por parte del gobierno mexicano y la crisis en el transporte exterior del país" Inés Concha, Uno más Uno, 22-IV-1982.
- 14.- Estrabou, Gilberto. ¡Deprimente! mi querido Watson, en Diorama de Excelsior, 14-V-1980. El autor no habla de libros de texto gratuitos.
- 15.- No por ello dejan de haber contadas editoriales que para poder financiar libros de poca venta publican también best sellers (Grijalvo, por ejemplo).
- 16.- La UNAM es el caso más patético.
- 17.- Uno más Uno, 22-IV-1982.
- 18.- La información de Editorial Novaro se ofrece en el apartado de Subliteratura.
- 19.- Para lo relacionado a su contenido, ver Dorfman, Ariel. Readers Nuestro, en Nueva Imagen.
- 20.- Montoya Matín del Campo, Alberto. Los determinantes de la Información en la sociedad mexicana, en Condicionantes Históricas de la Comunicación Social, México, CGCS, colección aportes #2, 1981, p90.
- 21.- El directorio suele inflar hasta en 30% los datos sobre el tiraje por obvios motivos comerciales.
- 22.- Directorio de Medios Impresos.

23.- Idem.

24.- No se contabiliza la publicidad de sus ediciones vespertinas.

25.- La mayor parte de la información que aquí se presenta fue obtenida de la investigación que sobre prensa se realizó en la Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia, incluida en el diagnóstico sobre medios de comunicación que nunca se dió a conocer públicamente.

26.- No incluimos, desde luego, a las publicaciones de carácter científico. Más bien se presenta un balance generalizado. Ver: Herner, Irene.

Mitos y Monitos, Nueva Imagen; Mattelart y Dorfman, Para leer al Pato Donald, Siglo XXI, etc.

27.- Ver cuadros I y II.

28.- Santacruz, Adriana y Viviana Erazo, "Cosmopolitan" El orden transnacional y su modelo informativo femenino.

29.- Idem.

30.- Datos calculados en base a las tarifas vigentes en ese momento que son proporcionadas por el Directorio de Medios Impresos. Se incluye a la revista Signore, que aunque es masculina, no deja de tener la misma orientación.

31.- Santacruz, Adriana, op. cit.

32.- Información obtenida de los colofones de las revistas y el Directorio de Medios Impresos.

33.- Coordinación General de Comunicación Social, Presidencia.

BIBLIOGRAFIA.

- Arriaga, Patricia. Publicidad, Economía y Comunicación Masiva (México-Estados Unidos), México, CEESTEM y Nueva Imagen, 1980. 324p.
- Banco de México. Informes Anuales de 1979 y 1980.
- Basáñez, Miguel. La Lucha por la Hegemonía en México, 1968-1980, México, Siglo XXI, 1981. 243p.
- Basurto, Béjar Navarro, et al. El Perfil de México en 1980, TIII, 2° ed., México, Siglo XXI e Instituto de Investigaciones - Sociales de la UNAM, 1973. 624p.
- Bernal Sahagún, Víctor M. Anatomía de la Publicidad en México, 4° ed., México, Nuestro Tiempo, 1980. 221p.
- Branson, William y James M. Litvack. Macroeconomía, México, Harla, 1976. 419p.
- Cámara Nacional de la Industria de la Celulosa y el Papel. Memoria Estadística, México, 1981.
- Cámara Nacional de la Industria Editorial. Informes correspondientes a los años de 1971, 1974, 1975, 1977, 1979 y 1980.
- Castells, Manuel. La Teoría Marxista de las Crisis Económicas y las Transformaciones del Capitalismo, 2° ed. México, Siglo XXI, 1978. 145p.
- Presidencia de la República, CGCS. Distribución de Medios Impresos;

Esquema Preliminar de Inventario y Diagnóstico, 1981.

- CGCS, Presidencia de la República. Libros; Esquema Preliminar de Inventario y Diagnóstico, 1981.
- CGCS, Presidencia de la República. Papel; Esquema Preliminar de Inventario y Diagnóstico, México, 1981.
- CGCS, Presidencia de la República. Prensa; Esquema Preliminar de Inventario y Diagnóstico, México, 1981.
- CGCS, Presidencia de la República. Subliteratura: Esquema Preliminar de Inventario y Diagnóstico, México, 1981.
- Cordera, Rolando y Carlos Tello. México, la Disputa por la Nación; Perspectivas y Opciones del Desarrollo, 2° ed. México, Siglo XXI, 1981. 149p.
- Dorfman, Ariel. Readers nuestro que estás en la Tierra; Ensayos sobre el Imperialismo Cultural, México, Nueva Imagen, 1980. 190p.
- Esteinou, Montoya, et al. Condicionantes Históricas de la Comunicación Social, México, CGCS, Aportes 2, 1981. 202p.
- Fernández Christlieb, Fátima. Los Medios de Difusión Masiva en México, México, Juan Pablos Editor, 1982. 330p.
- Fernández Christlieb, Fátima. Democracia y Derecho a la Información, en Connotaciones, n° 1, Revista de la AMIC, México, El Caballito, 1981. pp 9-24.
- González Casanova, Pablo. La Democracia en México, 2° ed. Méxi-

- co, ERA, 1967. 281p.
- González Casanova, Pablo, et al. México Hoy, 3° ed. México, -- Siglo XXI, 1979. 419p.
- Lombardo, Irma. La PIPSA en sus Orígenes, en Connotaciones n° 2, Revista de la AMIC, México, El Caballito, enero de 1982. - pp 17-24.
- Marx, Karl. El Capital, 3 tomos en 8 volúmenes, México, Siglo XXI.
- Mattelart, Armand. La Cultura como Empresa Multinacional, 3° ed. México, ERA, Serie Popular 25, 1979. 177p.
- Mattelart, Armand y Michele. Los Medios de Comunicación en Tiempos de Crisis, México, Siglo XXI, 1981. 229p.
- Nacional Financiera. La Economía Mexicana en Cifras. México, 1981. 400p.
- Núñez de León, Kyra. Censura y Autocensura en la Prensa, México, FCPyS (tesis), 1977. 229p.
- Padilla Aragón, Enrique. México: Desarrollo con Pobreza, 5° ed. México, Siglo XXI, 1974. 173p.
- Pretelín Eguízar, Rosa. La Fundación de PIPSA, spi, 8p.
- Portales C., Diego. Poder Económico y Libertad de Expresión. La Industria de la Comunicación Chilena en la Democracia y el Autoritarismo. México, ILET y Nueva Imagen, 1981. 222p.

- Saldívar, Américo. Ideología y Política del Estado Mexicano (1970-1976), 2° ed. México, Siglo XXI, 1981. 231p.
- Samuelson. Curso de Economía Moderna, 17° ed. México, Aguilar, 1975. 1004p.
- Secretaría de Programación y Presupuesto. Las Actividades Económicas en México, T 3, México, 1980. 437p.
- Secretaría de Programación y Presupuesto. Información sobre las Relaciones Económicas de México con el Exterior, México, sf.
- Secretaría de Programación y Presupuesto. Sistema General de -- Cuentas Nacionales, División IV: Papel, productos de papel, imprenta y editoriales.
- Solís, Leopoldo. La Realidad Económica Mexicana; Retrovisión y Perspectivas, 10° ed. México, Siglo XXI, 1980. 356p.
- Solís, Leopoldo (selección de). La Economía Mexicana, T I, Análisis por sectores y distribución. México, FCE, El Trimestre Económico n° 4, 1975. 452p.
- Somerland, E; Gustavo Esteva, et al. Políticas y Sistemas Nacionales de Comunicación Social, México, CGCS, aportes n° 1, 1981. 143p.
- Taufic, Camilo. Periodismo y Lucha de Clases: la Información -- como Forma del Poder Político, 7° ed. México, Nueva Imagen, 1981. 215p.
- Tello, Carlos. La Política Económica en México; 1970-1976, 4° ed. México, Siglo XXI, 1980. 209p.